

O MERCADO CENTRAL DE BELO HORIZONTE: ENTRE QUEIJOS E SABORES

The Mercado Central of Belo Horizonte: between cheeses and flavors

Marcos Mergarejo Netto¹

RESUMO

O Mercado Central de Belo Horizonte/MG é reconhecidamente um lugar em que se evoca a diversidade de sabores. O presente artigo tem o foco de conhecer e descrever parte desse universo, identificando sua organização espacial, abrangência e heterogeneidade, enquanto ambiente cultural plenamente aceito pela sociedade em suas atividades e ligações, que aponta para uma geografia do sabor. Dentre esse extraordinário mundo de sabores oferecido pelo Mercado Central encontra-se o Queijo Minas Artesanal, cujo consumo é hábito e tradição, tendo sido transformado em patrimônio imaterial, uma herança cultural de caráter identitário geográfico.

Palavras-chave: Geograficidade. Paladar. Queijo minas artesanal. Mercado. Pimenta.

ABSTRACT

The Mercado Central of Belo Horizonte/MG is noteworthy as a place that evokes a diversity of flavors. This article seeks to understand and describe part of this universe, identifying its spatial organization, scope and heterogeneity, as a cultural environment fully accepted by society in its activities and links, fact which points to a Geography of Taste. Among the extraordinary world of flavors offered by the Central Market lies the Artisanal Cheese Minas, whose consumption is habit and tradition, having been transformed into intangible heritage, a cultural heritage of geographical identity character.

Key words: Geographicity. Taste. Artisanal Cheese Minas. Market-place. Pepper.

¹ Doutor em Geografia pela Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (UNESP). mnetto@uai.com.br.
✉ Rua Trairas, 95, apto 103, Carlos Prates. 30710-130. Belo Horizonte, MG.

INTRODUÇÃO

O paladar, por conseguinte o sabor, em proveito da visão é um sentido ainda pouco explorado, embora seja dos cinco sentidos, o mais íntimo e aquele que nos permite grandes satisfações. O paladar tem a capacidade de remontar à lembrança numa verdadeira viagem ao passado, próximo ou distante, ainda que efêmero. No mesmo sentido, Tuan (1980, p. 11) afirma que o olfato tem esse poder de evocar lembranças vívidas, carregadas emocionalmente de eventos e cenas passadas. Essa ligação tem caráter geográfico, pois, ao recuar seu pensamento em sabores do passado, o sujeito também o relaciona com o lugar, estabelecendo assim a sua geograficidade, em função dos costumes e cultura que envolve tal dinâmica. Além disso, segundo Brillat-Savarin (1995, p. 42) o gosto, o sabor do alimento nos convida, pelo prazer, a reparar as perdas contínuas decorrentes da ação da vida e ajuda a escolher, entre as diversas substâncias que a natureza oferece, as que são próprias a servir de sustento. Nesse contexto, o Mercado Central de Belo Horizonte reproduz em seu espaço labiríntico a oportunidade para uma maravilhosa miríade de sabores, onde se destaca o Queijo Minas Artesanal, que se mantém culturalmente vibrante em meio às variedades, cores e sabores, sendo um produto reconhecido por sua qualidade e notabilidade, que não falta à mesa, mais ou menos abastada.

O presente trabalho reúne informações de pesquisas realizadas em 2003, 2006 e em 2011, no Mercado Central de Belo Horizonte. A primeira pesquisa realizou um diagnóstico do mercado como um todo, incluindo os comerciantes e usuários daquele centro varejista. Com base naquela pesquisa foi constatado que o maior movimento do Mercado Central ocorre em função do comércio de laticínios. A constatação deste desempenho pautou a segunda pesquisa, procurando ampliar o

conhecimento sobre os queijos artesanais, que faz parte da cultura e do patrimônio do povo mineiro, reconhecidamente as variedades do tipo “Canastra” e “Serro”, que constituem os itens mais procurados dentre a grade de laticínios à venda naquele mercado. No entanto, o Mercado Central de Belo Horizonte oferece, ainda, um singular universo de sabores, que lhe confere uma característica toda especial explorada pela terceira pesquisa. Assim, o presente estudo explora esse universo fundado na tradição dos estudos perceptivos e culturais em geografia, quando, segundo Gratão (2011), os sentidos são evocados enquanto mediadores da experiência ambiental, base do envolvimento entre o homem e a paisagem. Gratão acrescenta que seria um sentimento de pertencimento enraizado na relação concreta entre o homem e a terra.

Comer e beber: este, segundo Claval (2007, p. 255) é o terreno de análise mais fascinante para os geógrafos, pois exprime de modo direto as relações dos homens com seu ambiente, por meio do consumo alimentar. Claval salienta que os grãos, legumes, frutas, carne e os laticínios vêm de terras cultivadas ou de pastagens. Além disso, a pesca e a caça resultam da apropriação efetuada na fauna natural e a colheita de outras plantas e outros grãos servem de tempero e aromatização para a cozinha. Tudo isso aliado ao saber fazer, do como processar esses elementos que se constituem em alimento, salvo aqueles de consumo in natura; em resumo, o que se constitui como cultura alimentar e se encontra enraizada no território. Nesse sentido, Paul Claval registra da seguinte forma:

A cultura é a soma dos comportamentos, dos saberes, das técnicas, dos conhecimentos e dos valores acumulados pelos indivíduos durante suas vidas e, em uma outra escala, pelo conjunto dos grupos de que fazem parte. A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. [...] Não é, portanto um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos (CLAVAL, 2007, p. 63).

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

Csergo (1998, p. 814) acrescenta que: “através dessa função memorial, as cozinhas regionais assim reconstruídas permitem à modernidade urbana reatar com suas ligações provinciais, com o prato consagrado pela lembrança.” Ou seja, a alimentação acaba por constituir uma identidade e um fator de coesão entre grupos sociais que, por qualquer motivo acabam por se dispersar, principalmente do meio rural para o urbano. A autora salienta o êxodo para o urbano empregador, mas que nem por isso abandona suas ligações de origem, com o “prato” consagrado pela lembrança. Assim, Csergo (1998, p. 814) aponta para a “prática de uma sociabilidade que se articula em torno dos costumes culinários, da partilha festiva das especialidades trazidas da terra por aquele que acaba de chegar.” Desse modo, a identidade originária torna-se um fator importante na estruturação de uma rede de notabilidade, por meio de uma particularidade culinária.

Entretanto, La Blache (1954, p. 27) afirma que “o espetáculo das diferenças de organização social, associado à diversidade dos lugares, nunca deixou de despertar a atenção.” O que acontece também no fascinante mundo dos alimentos, suas ligações com suas origens e a indissociável ideia de região, traduzidas pelos meios alimentares de um povo. La Blache (1954, p. 195) acrescenta que: “entre as relações que ligam o homem a um certo meio, uma das mais tenazes é a que aparece quando se estudam os modos de alimentação.” Os quais, segundo o meio natural onde os diferentes grupos vivem, ocorrem às necessidades do organismo e desse modo desenvolvem, empiricamente, as melhores combinações para seu sustento, firmando-se como hábito que persiste como tradição e herança alimentar construídas culturalmente pela memória.

O MERCADO CENTRAL DE BELO HORIZONTE

O Mercado Central de Belo Horizonte é referência no contexto citadino da metrópole, como centro de comércio varejista, ponto

turístico e de lazer, além de guardião de uma significativa e singular história para milhares de pessoas, belo-horizontinas ou não, que mantêm uma relação de afeto com aquele centro de compras. Ademais, um espaço de grande ecletismo, frequentado pelos diversos segmentos da sociedade, que encontram no Mercado Central um verdadeiro mosaico da diversidade e lugar de afeto. No Mercado Central realiza-se o encontro entre o sofisticado e o prosaico, numa boa sintonia com a gastronomia regional mineira; uma verdadeira usina de sabores e aromas, numa paleta de cores. Assim, o Mercado Central concede um caráter exclusivo ao comércio ali praticado, onde a origem de determinados produtos é um de seus componentes principais, criando, simultaneamente, uma especialização e diversas opções. Dessa maneira, com uma variada gama de produtos de várias regiões cria oferta, em meio a uma demanda cada vez mais exigente. O mercado vem dedicando-se durante décadas de instalação, a oferecer aos seus usuários uma boa e qualificada gama de produtos, incluindo os produtos regionais.

Segundo nossa pesquisa realizada em 2003, independente de faixa salarial, escolaridade, vinculação econômica e profissão, todos frequentam o Mercado Central, evidentemente, uma preferência dos usuários pela diversidade, qualidade e custo dos produtos ali oferecidos, o que lhe dá identidade de magnetismo e aproximação das pessoas, conferindo-lhe essa qualidade de espaço eclético. A notabilidade do Mercado Central e o seu referencial no meio urbano e comercial, enfim, a sua singularidade perante os demais centros de comércio é movida diretamente pelo seu usuário, que se desloca de qualquer ponto da cidade, ou mesmo da região metropolitana, para buscar no mercado sua satisfação, seja pelo principal motivo, as compras; ou pelo lazer que o mercado proporciona aos seus frequentadores, contumazes ou não.

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores Marcos Mergarejo Netto

Netto (2003) aponta que a fragmentação dos produtos das diversas regiões do Estado articula-se num representativo comércio de produtos regionais. Por outro lado, o mercado possibilita o reencontro de quem busca num fragmento de sua cultura de origem um símbolo, uma satisfação; quando se promove a reunião, ou a articulação de um pelo outro naquele espaço também cultural. Ali, em meio a tantos corredores, conforme a figura 1, uma enorme freguesia comparece a cerca de 400 bancas, entre elas, 29 queijarias, cujo principal produto é o Queijo Minas Artesanal. Netto (2009) afirma que, segundo os

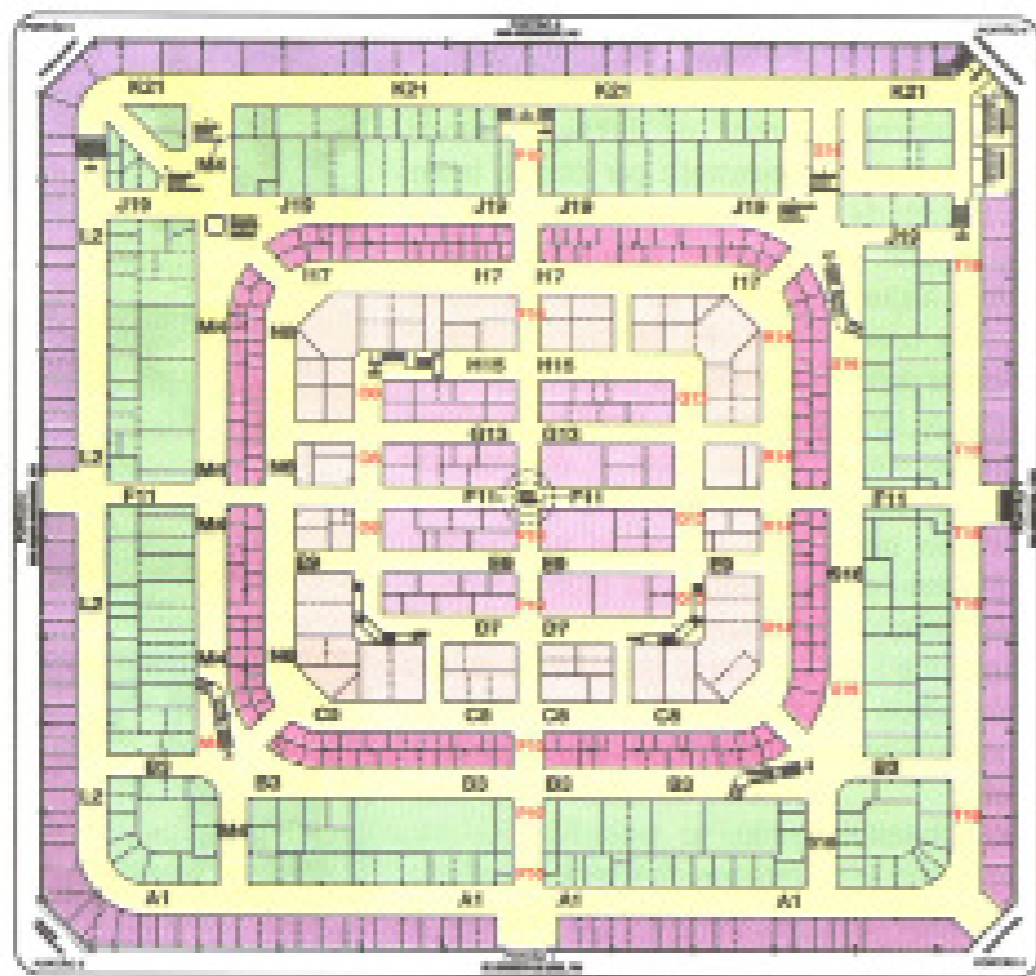


Figura 1: Planta Cadastral do Mercado Central de Belo Horizonte/MG.
Fonte: Arquivos do Mercado Central de Belo Horizonte/MG)

comerciantes, uma boa parcela são clientes habituais, até mesmo no tocante aos dias de frequência. Essa freguesia tem seu *timing*. Segundo os queijeiros, sexta-feira (56%), seguida do sábado (40%), são os melhores dias de movimento para venda de queijos, sendo que a maioria desses clientes são mulheres, com uma idade média que varia de 40 a 59 anos.

Para Netto (2003), a condição central do mercado, localizado na intercessão de importantes eixos viários, em meio a uma grande rede de trajetos de ônibus, juntamente com o seu amplo estacionamento, proporciona um afluxo de usuários muito maior do que se estivesse à margem do meio viário. O Mercado Central de Belo Horizonte é, acima de tudo, um centro de referência, carregado de toda uma simbologia que certamente ultrapassa os produtos vendidos ali; toda uma memória de confiabilidade e tradição. Consumir um queijo adquirido no Mercado Central com certeza terá um melhor sabor do que aquele comprado em qualquer supermercado.

O QUEIJO ARTESANAL DE MINAS GERAIS

O queijo é uma das formas mais antigas de alimento manufaturado, e se obtém pela coagulação e fermentação do leite de cabras (*Capra hircus*), ovelhas (*Ovis aries*) e vacas (*Bos taurus*). Também é possível produzi-lo a partir do leite de outros mamíferos, como: búfalas (*Bufalus*), camelas (*Camelus bactrianus*), lhamas (*Lama glama*), renas (*Rangifer tarandus*), fêmeas de bisões (*Bison bonasus*) e iaques (*Bos grunniens*). Sua massa é comprimida e moldada, adquirindo forma característica, consistência variável e forma característica, sendo utilizada para untar, cortar ou ralar, de simples manuseio, transporte e durabilidade. Quanto ao início de sua produção, aceita-se ser mais provável que o processo de produção do queijo tenha sido descoberto

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

acidentalmente ao estocar o leite em um recipiente feito do estômago de um animal, e a sua quimosina (coalho natural) tenha resultado na transformação do leite em coalhada e soro. Ou seja, simultaneamente à domesticação de cabras, ovelhas e vacas.

Segundo sua etimologia e definição, a origem da palavra queijo encontra-se no latim, *caseus*, pelo arcaico *queiso* (FARIA, 1978). Schmidt (1995, p. 4) também registra essa origem da mesma forma, acrescentando a moderna e reconhecida *cheese* para os ingleses; *kaas* para os holandeses e *käse* para os alemães e austríacos. Segundo Schmidt, para as terminações *formaggio* e *fromage*, do italiano e francês respectivamente, a origem está no conceito romano de *coagulum formatum*, que se traduz “coágulo formado”. Magaldi (1941, p. 7) oferece outras manifestações filológicas, ainda que contemple a mesma origem latina de *caseus*. Assim, pelo italiano derivou o nome *cacio*, o espanhol *queso* e o português *queijo*. O autor entende, ainda, que a denominação francesa, *fromage*, foi retirada do italiano *formaggio*, derivado, por sua vez, de *forma*.

Referências ao queijo são encontradas nos escritos das civilizações babilônica, hebraica e egípcia, povos tradicionalmente de pastores, encontrando alto nível de produção e qualidade nas civilizações grega e romana. Na Idade Média os queijos já atingiam elevada sofisticação em sua elaboração e até mesmo no formato. Ordens religiosas encarregaram-se de lhe dar reputação pela qualidade e regras de higiene. Entretanto, foi no século XIX que aconteceu o grande boom no consumo do queijo, afinal, sua produção, que era artesanal, passou para a ordem industrial, incorporando um fato crucial para a indústria queijeira, a pasteurização. Dessa forma, o queijo evoluiu até o que conhecemos hoje, tornando-se um produto de consumo, com apreciadores espalhados pelos quatro cantos do mundo, existindo

centenas de tipos de queijos conhecidos e fabricados. Em alguns países, sobretudo europeus, os queijos artesanais conquistaram posição de destaque na gastronomia mundial.

Minas Gerais é reconhecidamente o mais tradicional produtor de queijos do Brasil, merecendo destaque o Queijo Minas Artesanal (QMA), por ser um produto secular. Nesse sentido é considerado um QMA, aquele queijo produzido na propriedade agrícola a partir de leite cru, integral e recém ordenhado de vacas, utilizando para sua coagulação o coalho e o lacto fermento natural, além da prensagem realizada de forma manual. Deve apresentar consistência firme, cor e sabor próprios, isento de corantes e conservantes, com ou sem olhaduras mecânicas, feito conforme a tradição histórica e cultural da região onde é produzido. Uma dessas características que é comum a todas as regiões é a utilização do “pingo”. Este lacto fermento natural é resultante da dessoragem dos queijos já salgados e coletado de um dia para o outro e que confere ao queijo características físico-químicas típicas de sua variedade.

Essa produção artesanal de queijos exerce um importante papel social e econômico para o estado de Minas Gerais, por conseguinte para o Brasil, porquanto essa atividade mantém na agricultura familiar cerca de 30 mil famílias de pequenos produtores (EMATER-MG, 2002). Ainda que se destaque as tradicionais regiões queijeiras de Araxá, Campo das Vertentes, Canastra, Cerrado e Serro, conforme figura 2, inclusive contempladas em legislação específica, o Estado tem sua produção de queijos espalhada por cerca de dois terços dos 853 municípios mineiros. Essa pulverização territorial evidencia-se como uma das justificativas para que a produção de queijos seja incentivada, sob pena de um desastre para a agricultura familiar, com graves consequências na renda de milhares de famílias.

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

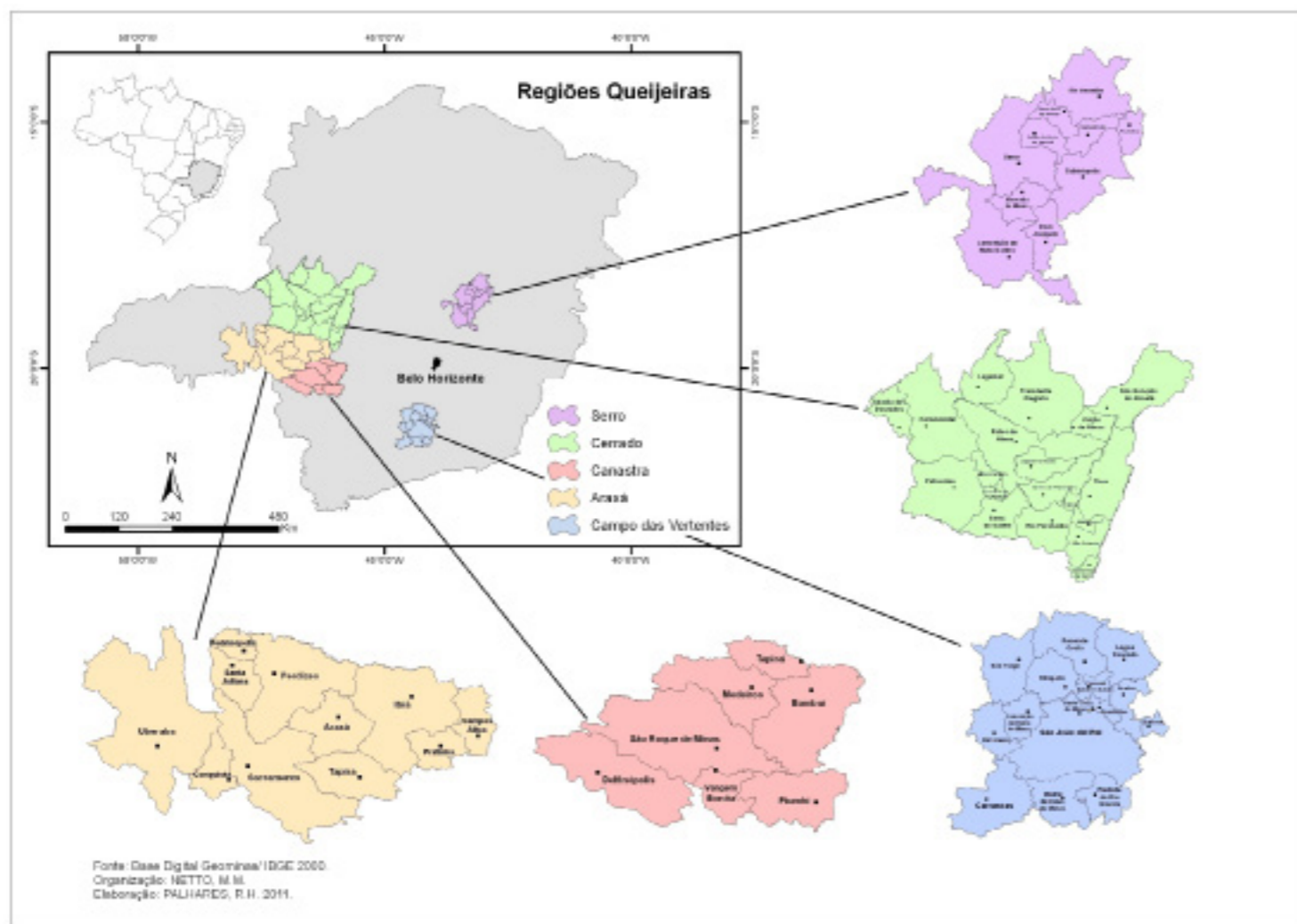


Figura 2: Mapa das Tradicionais Regiões Queijeiras de Minas Gerais.
Fonte: Netto (2011).

Além desse valor social e econômico, ressalte-se o valor cultural de produto secular, cuja produção teve início no princípio do século XVIII. Ou seja, um valor identitário e cultural historicamente produzido pelas relações dos grupos sociais. Tal fato vem a ser confirmado, em princípio, pelo grande movimento de queijos, no século XIX, tendo sido descrito pelos viajantes que percorreram o sertão mineiro. Ademais havia indicações de que aqueles queijos eram oriundos das vilas do sudoeste mineiro, provavelmente com entreposto em São João Del Rei. Quanto

aos queijos do Serro, sem menor tradição, não é comum sua referência nos escritos dos viajantes. Entretanto, não há dúvida quanto à sua produção naquela região, também com início no Setecentos.

Pioneiramente o Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado de Minas Gerais (IEPHA-MG) resolveu registrar o processo de fabricação do Queijo Minas Artesanal (QMA) como patrimônio imaterial do Estado de Minas Gerais. Mais tarde, também o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) procedeu ao mesmo tombamento. Tais ações são importantes, pois resgatam a importância deste produto, salientando seu valor cultural, social e ainda valoriza o potencial econômico do patrimônio preservado, incentivando o desenvolvimento e fortalecimento dessa atividade secular de agricultura familiar.

Tanta importância requer atenção, assim o governo mineiro editou a Lei 14.185 de 31 de janeiro de 2002, regulamentada pelo Decreto 42.645 de 05 de junho de 2002 e recentemente alterada pela Lei 19.492 de 13 de janeiro de 2011, onde explicita o que é o Queijo Minas Artesanal, sua distribuição geográfica, seu método de produção e aponta soluções para as questões sanitárias e de segurança alimentar. Assim, com base ainda na legislação anterior, foram descritas cinco tradicionais regiões que possuem particularidades naturais, socioculturais e econômicas

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores Marcos Mergarejo Netto

em comum, como a de Araxá, Campo das Vertentes, Canastra, Cerrado e Serro.

O queijo está enraizado na cultura mineira. É como se fosse uma paixão pelo queijo nosso de cada dia, sempre presente de variadas maneiras, seja seu consumo em gordas fatias, ou acompanhando doces pastosos, moídos ou pedaços em calda dos mais variados ingredientes como o leite, a goiaba, o mamão, a cidra, o limão, a abóbora, a laranja da terra, a banana, isso para citar somente os mais conhecidos, conforme figura 3. Além do prosaico acompanhamento a um bom café, o queijo também serve a um enorme livro de receitas que o contemplam como ingrediente nobre de pães, bolos e tortas. O queijo ainda se transforma em deliciosos acepipes que acompanham uma boa bebida, ao gosto de cada um. Só falta mesmo a criação do “Dia Mineiro do Queijo”, tamanho é o seu significado como símbolo da tradição mineira. Dessa forma o queijo tornou-se fator dominante e de reconhecimento de uma região ou de uma sociedade, por si só uma cultura.

ENTRE OS QUEIJOS ARTESANAIS DO MERCADO CENTRAL

O Mercado Central de Belo Horizonte caracteriza-se pela grande diversidade de produtos que oferece, além dos serviços de alimentação que também se tornaram referência no dia a dia belorizontino. Contudo, determinado produto foge ao lugar comum e ocupa lugar de destaque naquele centro de compras, conforme a figura 4: o Queijo Minas Artesanal. O QMA, seja qual denominação receba pelo vendedor ou consumidor (Araxá, Canastra, Salitre, Serro), semana após semana é adquirido para suprir sua despensa, seja para o desjejum, o lanche, a culinária, o tira-gosto ou como melhor aprover ao degustador.



Figura 3: Vitrine com variedade de doces no Mercado Central de Belo Horizonte.
Fonte: Netto (2011).

Netto (2003) identificou que, de modo geral, o usuário do Mercado Central generaliza a identidade geográfica do QMA, simplificando-a como proveniente da Canastra ou do Serro e não exatamente pela sua real origem geográfica, ainda que utilize de outras denominações de origem do queijo. Todavia, prevalece no processo de aquisição do produto uma lógica que leva em consideração fatores objetivos, como qualidade, preço e oferta. Contudo, no caso dos queijos artesanais, constata-se uma preocupação com relação à variedade do mesmo, pois o paladar e a textura ressaltam essa representatividade regional de Minas Gerais. Há, ainda, uma multiplicidade de referências aos queijos provenientes do Sudoeste de Minas, sendo eles reconhecidos como: “Alto Paranaíba”, “Araxá”, “Canastra”, “Cerrado”, “São Roque”

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto



Figura 4: Vitrine com variedade de queijos artesanais da Canastra e do Serro, no Mercado Central de Belo Horizonte.

Fonte: Netto (2007).

e “Serra do Salitre”, que no final das contas fica sintetizado como queijo Canastra. De outro lado, aqueles com origem no Nordeste de Minas seriam designados como “Serro”. No Mercado Central de Belo Horizonte, das 29 queijarias, apenas uma não comercializa os queijos artesanais fabricados a partir do leite cru, sendo que, das duas variedades (Canastra e Serro), o queijo mais procurado é o Canastra. Evidentemente a área de produção da Canastra supera em 6,8 vezes a do Serro. Os queijeiros apontam que o queijo do tipo Serro é um pouco mais ácido e muito procurado para atividades culinárias, enquanto o tipo Canastra atende a uma clientela mais diversa e serve bem a todo o consumo.

Todo o queijo artesanal vendido no Mercado Central é direcionado apenas ao consumo direto, não constituindo um setor atacadista.

Segundo Netto (2009), a quantidade comercializada semanalmente alcança cerca de 18 toneladas, por ocasião da pesquisa em 2006, embora já se constate, por meio de conversas informais com os queijeiros do Mercado, que esta cifra possa passar dos 25.000 quilogramas por semana. Notável, portanto, a movimentação que se faz em torno de um produto, somente para abastecimento doméstico localizado em apenas um centro de compras, ainda que distribuído em três dezenas de estabelecimentos. Além disso, a pesquisa de Netto (2009) revelou, também, que nenhum outro produto supera o queijo artesanal em volume de vendas. Na sequência aparece o queijo do tipo Mussarela, seguido do Provolone e em seguida o Parmesão, numa lista de pelo menos 12 outros tipos de queijos comercializados nas queijarias do Mercado Central.

O queijo é valioso por ser de fácil transporte, ter longa durabilidade e alto teor de gordura, proteína, cálcio e fósforo, portanto um alimento praticamente completo, ou um excelente complemento alimentar. Mas, acima de tudo, o prazer de comer, de bem degustar um bom alimento, pode também ser expresso como um momento de felicidade. Segundo Oliveira (2011) este seria o momento da sobremesa. Atualmente, não conta apenas o prazer de comer; cada vez mais o interessante é também conhecer. Esse conhecimento refere-se à origem do alimento e seu processo produtivo. Há um interesse relativamente novo em se experimentar novos e resgatar sabores antigos. A curiosidade teima em aguçar e despertar para uma fase cultural, que eventualmente possa ser um modismo, mas tem se revelado duradoura, com grande reflexo na valorização do caráter gastronômico e cultural do queijo. Para Nascimento (2007, p. 196), ser um *gourmet* significa, além de consumidor avisado e interessado em tudo que come e bebe, ser uma pessoa que aprendeu a degustar

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

prazerosamente os alimentos, sabendo avaliá-los segundo critérios que não advêm exclusivamente da socialização.

O consumo de queijos também está intimamente ligado aos hábitos dos diversos grupos sociais, e tais costumes são construídos desde tenra idade. Segundo Engelmann & Holler (2008, p. 71), o que gostamos de comer quando maior já se decide nos primeiros anos de vida. É possível então que, para conseguir que os menores comam queijo, na avaliação dos autores, os pais já deveriam “praticar” com eles desde pequenos. Nascimento (2007, p. 48) afirma que, como uma das formas de condicionamento reflexo, o paladar, assim como o olfato, tem o poder de trazer de volta à memória situações já vividas. Assim, o prazer de comer enche olhos e boca, os cheiros e sabores conduzem ao passado, a lugares conhecidos ou não, pois a sensação de reviver momentos pode ser provocada por lembranças. Brillat-Savarin (1995, p. 50) afirma que comer é o prazer superior do homem, pois é o único que permanece quando todos os outros foram embora. Segundo o autor, o prazer da mesa pode nos preparar para outros prazeres e também nos consolar ou compensar perdas. Nascimento (2007, p. 191) acrescenta que entre os prazeres perseguidos pelo ser humano para lidar com o mal-estar da existência, o prazer de comer é um dos que tem se revelado como um dos mais valorizados na época contemporânea.

Um amante do queijo, um “queijófilo”, sabe valorizar a qualidade de um queijo com seus cinco sentidos: visão, olfato, ouvido, tato e gosto. Nascimento (2007, p. 45) acrescenta que os órgãos dos sentidos foram os meios primevos de apreensão do mundo, pois certamente primeiro cheiramos, provamos, tocamos os objetos ao redor e, só depois, passamos a nos contentar em olhá-los, em deixar aos olhos o cuidado de fornecer todas as informações que deles esperávamos. Ademais, segundo a autora, já se admite que a arte culinária não está ligada

apenas ao paladar, mas provoca os cinco sentidos, uma experiência sensorial total. Além dos sabores, consistências, texturas e odores, a autora enuncia como fundamentais o cenário, os sons, as cores, a luz, as alfaías, o tilintar dos cristais e, evidentemente, a interação entre os convivas. Mas Brillat-Savarin (1995, p. 39) argumenta que o gosto, mais prudente, mais comedido, não menos ativo, alcançou o mesmo objetivo com certa lentidão que lhe assegura a duração de seu sucesso.

Para se determinar a qualidade de um queijo, os principais sentidos continuam sendo o olfato e o paladar. Por meio do aroma e do sabor é que se vai distinguir um bom queijo dos demais. Segundo Engelmann & Holler (2008, p. 74), no queijo, o aroma se diferencia entre agradável, claro, fresco, doce e ácido. Por muito distintos que sejam os aromas dos queijos, o aroma do leite utilizado sempre deve ser notável, pois cada tipo de leite, seja de vaca, de ovelha ou de cabra, tem seu próprio odor. Para Brillat-Savarin (1995, p. 46), nada se come sem que se tenha uma consciência maior ou menor de seu cheiro. Na melhor das hipóteses, o olfato é uma sentinela avançada a propósito do gosto. O autor reconhecia estar convencido de que sem a participação do olfato, não há degustação completa. Portanto, essa associação entre o cheiro e o sabor é fator primordial na identificação de um queijo com qualidade.

ENTRE OS SABORES DO MERCADO CENTRAL

Na perspectiva de melhor entender essa diversidade de sabores, apontando para a valorização da culinária local ou regional foi realizada uma entrevista informal com dois chefes de cozinha do Mercado Central. Oliveira (2011) afirma que o homem aprendeu a cozinhar seus alimentos. Então é propício compreender que a culinária passou a representar um simbolismo, ou melhor, passou a identificar uma

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores Marcos Mergarejo Netto

característica de um grupo social. Montanari (2008, p. 135) acrescenta que os pratos locais, ligados aos produtos locais, evidentemente, estariam ligados aos recursos do lugar. Dessa forma é presumível que a valorização de uma culinária local constituiria uma estratégica afirmação da identidade do grupo, que com isso se mantém histórica e economicamente inserido num contexto cultural.

Daí saber com os dois chefes de cozinha qual a relação que estabelecem entre a elaboração de seus pratos e a disponibilidade dos produtos necessários dentro do Mercado Central. Ou melhor, de que forma elaboram seus pratos em função dos produtos encontrados no Mercado Central, bem como se utilizam ou já utilizaram o QMA para preparação de seus pratos, além dos temperos que utilizam. Então será possível conhecer quais são esses ingredientes e identificar a origem desses produtos, estabelecendo seu caráter geográfico. Ou “o comer geográfico”, na acepção de Montanari (2008, p. 135), que considera conhecer ou exprimir uma cultura de território por meio de uma cozinha, dos produtos e das receitas, sob a forma de hábitos alimentares.

Nessa perspectiva, a primeira entrevistada, a chefe Elisa Cristina Fonseca, proprietária de um bar (também chamado boteco), denominado Bar da Lora, que tradicionalmente serve porções de carnes com algum acompanhamento aos clientes que se mantêm em pé, apoiados no balcão, ou em poucos bancos dispostos ao longo do mesmo. Segundo o depoimento de Elisa, tradicionalmente são servidas porções, como o fígado com jiló e cebola, o pernil acebolado, o pernil feijoada, o pernil com jiló e cebola e o chouriço, e reforça dizendo que: “Foi a BH e não comeu o fígado com jiló, então não foi ao Mercado Central”. Recentemente, o Bar da Lora foi o vencedor do tradicional concurso de Comida de Buteco 2010, notabilizando ainda mais o seu bar em meio aos congêneres.

Nesse contexto encaixa-se perfeitamente o sentido deste trabalho, já que o concurso “Comida de Buteco 2011” exige que sejam utilizados ingredientes regionais, do Norte de Minas, na preparação dos pratos. A organização do concurso ofereceu uma lista de onze ingredientes e, como vencedora do concurso passado, Elisa está automaticamente incluída no certame deste ano. Então, segundo seu depoimento, irá utilizar seis ingredientes da lista oferecida, sendo eles: a carne de sol, a mandioca, a manteiga de garrafa, polpa de seriguela, rapadura, requeijão do norte e óleo de pequi, na preparação do prato, nomeado “NÃO ACREDITO”, com carne de sol, linguiça defumada, mandioca na manteiga de garrafa, requeijão do Norte, acompanhados de molho de seriguela, melão de rapadura e farinha de pequi, conforme figura 5. Para não fugir à tradição de uma comida bem picante, Elisa salienta que ainda utilizará um bom molho de pimentas malagueta, alho, cachaça e azeite de dendê, empregando também a pimenta biquinho na decoração do prato. Convém destacar que a culinária do norte de Minas tem forte tradição em Belo Horizonte, provavelmente pela migração de pessoas daquele pedaço de Minas Gerais para a capital. Com isso trouxeram também seu costume alimentar, disseminando-o em boa parte do território mineiro.

Perguntada, então, sobre a origem desses produtos, Elisa informou que praticamente os adquire todos no Mercado Central. Em suas palavras: “Está tudo pertinho, é só telefonar e o que precisa chega rápido”. Daí a facilidade do uso de temperos frescos na elaboração de seus pratos, além dos temperos desidratados facilmente encontrados nas inúmeras bancas do mercado. Elisa também revelou que já utilizou o Queijo Minas Artesanal em sua culinária, salientando a preparação de purê de batatas, com muito queijo Canastra. Ou seja, não só se desenha uma geografia regional do sabor na preparação de seus pratos, com produtos de origem reconhecida, mas também se evidencia uma

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

geografia de percurso, em escala reduzida, ou melhor, a geografia do próprio Mercado Central.

O segundo chefe é Ilmar Antônio de Jesus, proprietário do restaurante Casa Cheia, característico por servir refeições e petiscos. Ao contrário do primeiro, este restaurante possui um espaço amplo, com mesas e cadeiras e maior envolvimento com uma gastronomia mais elaborada, inclusive já tendo sido premiado também no famoso Festival Comida de Buteco. Ilmar revelou que em geral usa vários ingredientes tipicamente mineiros como: o orapronobis, a costelinha de porco, o queijo minas, a couve e a taioba, dentre outros. Esta última, uma hortaliça da época das águas foi componente do prato "COSTELA DE ADÃO", com costelinha de porco, mandioca cozida e taioba, quando curiosamente percebeu que muita gente não conhecia a taioba.



Figura 5: Prato "Não Acredito" do Bar da Lora, no Mercado Central de Belo Horizonte
Fonte: Netto (2011).

Para Ilmar, cada ingrediente tem seu segredo, sua maneira de ser feito, como o orapronobis, também uma hortaliça, ou melhor, uma pequena folha encontrada em arbusto espinhento, que é utilizada no preparo de diversos pratos. Ilmar argumenta que muita gente fala do orapronobis, mas não sabe como fazer, pois ele "baba" muito, sendo que o segredo é lavar a folha e secar cada uma. No costume popular, o orapronobis também é conhecido como a carne dos pobres, dado seu alto valor proteico.

Entre os ingredientes que normalmente utiliza estão a carne de porco, as verduras e a linguiça do tipo caseira. Ilmar salienta que as melhores são as de Santa Luzia, Formiga e a Bete, de Paraopeba. Não se deve olvidar que o hábito de comer carne de porco em Minas Gerais vem do período colonial, quando a carne bovina era escassa e de preço elevado. Já a carne de sol, normalmente vem de Montes Claros, mas tem também a de Frei Inocência. No preparo dos pratos, Ilmar diz que gosta de cozinhar com muitas ervas, usa o manjericão fresco, o tomilho e o alecrim. As carnes, notadamente de porco, levam o alecrim. O manjericão também é utilizado no creme de abóbora, quando a cozinha, na forma de um bouquet garni, no preparo do prato "ALMONDEGAS EXÓTICAS", feito com carne de sol, queijo Minas e abóbora, conforme figura 6, e que foi campeão no festival de "Comida de Buteco de 2008". Para Ilmar é possível adquirir todos esses ingredientes no mercado. Em suas palavras, um autêntico just in time, pois tem os produtos em mãos no próprio local do estabelecimento. Assim, não mantém estoque de carnes, verduras, queijos ou temperos. Somente os cereais adquire na CEASA. No mercado tem o privilégio de receber do fornecedor tudo o que precisa, sendo que as carnes já vêm preparadas em cortes.

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto



Figura 6: Prato "Almôndegas Exóticas", do Restaurante Casa Cheia, no Mercado Central de Belo Horizonte.

Fonte: Netto (2011).

Indagado a respeito do queijo artesanal, Ilmar foi enfático ao afirmar que normalmente utiliza o QMA em sua culinária. Inclusive em seu prato "MINEIRINHO VALENTE", que foi premiado no concurso de 2005 do Festival Comida de Buteco, em BH. Vem a ser uma canjiquinha, produto tipicamente mineiro, com queijo Canastra, lombo defumado, linguiça caseira, espinafre e o creme de espinafre, conforme figura 7. O chefe salienta, ainda, que o prato ficou "bacana" e também foi premiado no "31º Festival Internacional de Hotelaria, Gastronomia e Turismo de Madri", na Espanha. Ilmar destaca que sempre busca conhecimento e inspiração no interior de Minas. Recentemente foi a Alpinópolis/MG para ver uma senhora fazer uma canjiquinha especial. Ela cozinha a canjiquinha com leite, durante um bom tempo junta os temperos e para finalizar adiciona bastante queijo, deixando o prato

bem cremoso. Ilmar salienta: "Tem de ser consumido na hora, não dá prá guardar". Segundo o chefe, "fica sensacional". A canjiquinha, uma comida tipicamente do interior e tradicionalmente feita com costelinha de porco e couve, recebeu sofisticação, entretanto não deixou de tocar a memória do paladar interiorano.

Ilmar afirmou conhecer quase todos os mercados do Brasil e não conhece um que tenha toda essa variedade de produtos encontrados no Mercado Central de BH, além disso, tem os temperos, tudo que se possa precisar em boa culinária. Nesse campo mágico dos temperos, Ilmar destaca o uso da pimenta Dedo de Moça, além da Malagueta, que é básica, e também um elevado consumo da pimenta Biquinho, que serve como tira gosto. Ilmar considera a culinária mineira de grande riqueza, mas gosta da experiência de juntar sabores regionais.



Figura 7: Prato "Mineirinho Valente", do Restaurante Casa Cheia, no Mercado Central de Belo Horizonte.

Fonte: Netto (2011).

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores Marcos Mergarejo Netto

Por isso, trouxe do norte do país o Tucupi e o fez com costelinha de porco e orapronobis, uma boa combinação de cozinha regional, ou se preferir, uma fusão de sabores.

Na mesma perspectiva de perscrutar os sabores que movem o Mercado Central, nada mais marcante do que conhecer o fascinante mundo de formas diversas e cores vibrantes do amarelo, vermelho, verde, laranja e violeta das pimentas, cujo elemento de ardência é a capsaicina encontrada em suas membranas, veios e sementes, a qual é medida desde 1912, pela Escala de Scoville. Assim, foi realizada uma entrevista com Antônio Carlos Batista, o Toninho, da Casa de Pimentas do Profeta. Toninho é herdeiro do pai, que é conhecido como o Profeta das Pimentas, um grande entendido desse mundo de ardência. Toninho afirmou que tem entre seus clientes principais os donos de restaurantes do próprio mercado, sendo que comercializa com maior volume, na ordem, as pimentas Biquinho, Malagueta e Dedo de Moça, conforme figura 8. Sendo que a pimenta Biquinho não tem qualquer ardor, apenas uma sensação picante. A respeito da pimenta malagueta, Freedman (2009, p. 59) afirma que é um exemplo da planta aromática cultivada na pré-história, tendo sido domesticada junto com o milho e a abóbora, na América Central, e era usada na culinária.

Além dessas espécies mais comuns, existe também uma pimenta como a Bhut Jolokia, de origem indiana e considerada a mais ardida de todas. Já as pimentas Malagueta e Dedo de Moça são sucesso absoluto, em meio a grande variedade de pimentas como a de Bode, de Cheiro, Cumari, Japaleno, Tabasco, Cheiro do Norte, Rocoto, Caiena, Habanero, dentre outras, além da famosa pimenta do Reino. Indagado sobre a procedência dessas pimentas, Toninho respondeu que a maioria vem do norte de Minas, nas redondezas de Montes Claros, mas também a região metropolitana produz boa parte dessas



Figura 8: Bandejas com variedades de pimentas, na Banca do Profeta das Pimentas, do Mercado Central de Belo Horizonte.

Fonte: Netto (2011).

pimentas, embora a origem seja de fora, a exemplo da Buth Jolokia, plantada em Minas.

Não há dúvida de que a culinária torna-se marcante e mais saborosa com a utilização de pimentas, independente de seu ardor. Entretanto, a pimenta também pode ser multifuncional, pois ao mesmo tempo em que realça o sabor, também pode tornar palatável um alimento sem um bom preparo. Assim, a pimenta faz mais do que conferir sabor aos alimentos, as pimentas passaram a fazer parte do cotidiano e da identidade culinária de cada sociedade ao redor do mundo, caracterizando maneiras de uso e tradições gastronômicas e provavelmente outros usos, como medicamentos, por exemplo. Inclusive, há quem diga que comer pimenta é uma boa dieta para

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

emagrecimento. A propósito desse universo, é de pertinência o ensinamento de Brillat-Savarin (1995, p. 47) de que o gosto propicia sentimentos de três ordens diferentes, a saber: a sensação direta, a sensação completa e a sensação refletida. Ou seja, enquanto o primeiro sabor é o dominante, a sensação direta e primeira impressão. O segundo é percebido um pouco depois, quando os dois se exaltam reciprocamente. Enfim, o terceiro sabor emerge na experiência de provar juntos, uma comida inesquecível, que seja simples e caseira ou refinada e exótica. É a sensação refletida, o julgamento feito pela alma sobre as impressões que o órgão lhe transmite.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na perspectiva de um trabalho que envolve tradição, cultura e sabores, não haveria dúvida em apontar o Mercado Central de Belo Horizonte como uma referência apropriada para uma abordagem dessa natureza. Sua posição central lhe confere um papel articulador e organizador de atividades comerciais tornando-o elemento chave, para que ali se reproduzam as relações sociais de que a dimensão cultural não pode prescindir. Este trabalho busca esse intento, ao associar um dos locais mais tradicionais de Belo Horizonte, quiçá de Minas Gerais, com um reconhecido produto como o queijo e a saborosa culinária mineira e suas peculiaridades regionais. Ou seja, um conjunto de fatores que incluem tradição, valores, atitudes e saberes, que permeiam o cotidiano cultural de uma sociedade, que busca no melhor de sua memória a satisfação alimentar.

Assim, numa breve descrição de algumas características do Mercado Central são destacados aspectos relevantes acerca dessa oficina de satisfação que é a culinária mineira e seus pratos que permeiam a história e o imaginário de uma sociedade que procura

preservar determinadas tradições e encontra naquele espaço o ambiente propício para o encontro, a prosa e a degustação, dentre tantas outras oportunidades memoriais que o mercado oferece. Ou melhor, ali o sujeito além de revigorar as forças pela ação de comer, também exercita deliciosamente os sentidos do olfato e paladar, na busca do prazer e da alegria de bem se alimentar. O Mercado Central permite ao usuário uma peculiar geografcidade, porquanto é possível percorrer diversas regiões de Minas Gerais num só espaço organizado. Ali se encontram produtos consagrados regionalmente, ou mesmo específicos de determinadas cidades mineiras, como o pastel de angu com recheio de umbigo de bananeira, de Itabirito/MG.

No entanto, não há dúvida de que o queijo seja o produto que mais chama a atenção ao frequentador do Mercado Central. No caso do Queijo Minas Artesanal existe uma origem geográfica que o caracteriza e que move a preferência de seu consumidor, por um queijo mais suave ou um pouco mais ácido, ou então que seja um queijo mais fresco ou maturado. Tais características irão indicar a região de procedência dos queijos, incluindo aí toda uma tradição que se perpetua por três séculos. Entretanto, o queijo não é simplesmente uma paisagem e somente por meio do paladar e demais sentidos associados é que se alcançarão suas propriedades organolépticas. Então, na perspectiva de que o mundo é apreendido por meio dos sentidos e de forma singular, o sabor também evoca essa individualidade e aponta para uma dimensão de identidade cultural e fator de união entre grupos sociais. ☉

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos a Antônio Carlos Bastos, Elisa Cristina Fonseca e Ilmar Antônio de Jesus, que gentilmente atenderam à entrevista realizada no mês de Maio de 2011.

O Mercado Central de Belo Horizonte: entre queijos e sabores
Marcos Mergarejo Netto

REFERÊNCIAS

- BASTOS, Antonio C. Entrevista concedida a Marcos Mergarejo Netto. Maio/2011.
- BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme (1755-1826). **A Fisiologia do Gosto**. (Trad. Paulo Neves). São Paulo: Cia. das Letras, 1995. 379p.
- CLAVAL, Paul. **Geografia Cultural**. (Trad. Luíz Fugazzola Pimenta e Margareth de Castro Afeche Pimenta). 3ed. Florianópolis: EDUFSC, 2007. 453p.
- CSERGO, Julia. A Emergência das Cozinhas Regionais. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Orgs). **História da Alimentação**. (Trad. Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira). São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 806-824.
- EMATER-MG. **Caracterização da Microrregião do Serro Como Produtora Tradicional de Queijo Minas Artesanal**. Belo Horizonte: Emater, 2002.
- ENGELMANN, Brigitte; HOLLER, Peter. **Manual del Gourmet del Queso**. (Trad. Katinka Roses Becker, Sergio Martin, Carla Parra). Berlim: H. F. Ullmann, 2008. 600p.
- FARIA, Ernesto (Org). **Dicionário Escolar Latino-Português**. 3ed. Rio de Janeiro: MEC, 1962. 1081p.
- FONSECA, Elisa C. Entrevista concedida a Marcos Mergarejo Netto. Maio/2011.
- FREEDMAN, Paul (Org.). **A História do Sabor**. (Trad. Anthony Sean Cleaver). São Paulo: SENAC, 2009. 368p.
- GRATÃO, Lúcia H. B. Sabor & Paisagem à luz de Bachelard. In: **Seminário Sabores Geográficos**. Rio Claro, UNESP, 8 de Junho de 2011.
- JESUS, Ilmar Antonio de. Entrevista concedida a Marcos Mergarejo Netto. Maio/2011.
- LA BLACHE, Paul Vidal. **Princípios de Geografia Humana**. (Trad. Fernandes Martins). 2ed. Lisboa: Edições Cosmos, 1954. 390p.
- MAGALDI, A. V. **Queijo de Minas e Outros Queijos**. Juiz de Fora: Brasil, 1941. 104p.
- MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. (Trad. Letícia Martins de Andrade). São Paulo: SENAC, 2008. 207p.
- NASCIMENTO, Angelina B. **Comida: Prazeres, Gozos e Transgressões**. 2ed. Salvador: Edufba, 2007. 290p.
- NETTO, Marcos Mergarejo. **Mercado Central de Belo Horizonte: influência e polarização**. 2003. 68f. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- NETTO, Marcos Mergarejo; NETTO, Maria Carolina C. O Queijo Minas Artesanal e o Mercado Central de Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil: Uma Questão Cultural. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 12. 2009. **Anais...** Montevideu, Uruguai.
- OLIVEIRA, Livia de. O estudo do sabor pela geografia. In: **Seminário Sabores Geográficos**. Rio Claro, UNESP, 8 de Junho de 2011.
- SCHMIDT, Karl-Friedrich. **Elaboración Artesanal de mantequilla, yogur Y Queso**. (Trad. Oscar Dignoes Torres-Quevedo). Zaragoza: Acribia, 1995. 116p.
- TUAN, Yi-Fu. **Topofilia: Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente**. (Trad. Livia de Oliveira). São Paulo: DIFEL, 1980. 288p.

Submetido em Novembro de 2011.
Revisado em Janeiro de 2012.
Aceito em Janeiro de 2012.