

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL**

JAQUELINE EVANGELISTA DIAS

**MÃE DA SOCIOBIODIVERSIDADE:
DO CORPO-TERRITÓRIO MULHER KALUNGA
NASCE O ÓLEO DE COCO INDAIÁ**

Porto Alegre

2022

JAQUELINE EVANGELISTA DIAS

**MÃE DA SOCIOBIODIVERSIDADE: DO CORPO-TERRITÓRIO
MULHER KALUNGA NASCE O ÓLEO DE COCO INDAIÁ**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Rural.

Orientadora: Profa. Dra. Flávia Charão Marques
Coorientador: Prof. Dr. Alberto Manuel Gustavo Arce

**Porto Alegre
2022**

CIP - Catalogação na Publicação

Evangelista-Dias, Jaqueline
Mãe da sociobiodiversidade: do Corpo-Território
Mulher Kalunga nasce o óleo de coco indaiá / Jaqueline
Evangelista-Dias. -- 2022.
204 f.
Orientador: Flávia Charão-Marques.

Coorientador: Alberto Manuel Gustavo Arce.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas,
Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural,
Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Óleo de coco indaiá. 2. Mulheres quilombolas
Kalunga. 3. Produtos da Sociobiodiversidade. 4.
Perspectiva Orientada ao Ator (POA). 5. Pensamento
Visual. I. Charão-Marques, Flávia, orient. II. Arce,
Alberto Manuel Gustavo, coorient. III. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

JAQUELINE EVANGELISTA DIAS

**MÃE DA SOCIOBIODIVERSIDADE: DO CORPO-TERRITÓRIO
MULHER KALUNGA NASCE O ÓLEO DE COCO INDAIÁ**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Desenvolvimento Rural.

Aprovada em: Porto Alegre, 27 de setembro de 2022

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Flávia Charão Marques – Orientadora
UFRGS

Profa. Dra. Claudia Job Schmitt
UFRRJ

Prof. Dr. Gustavo Meyer
UFVJM

Profa. Dra. Tatiana Engel Gerhardt
UFRGS

À Evangela, Teresa, Elvira, Maria Teresa e Lourdes

AGRADECIMENTOS

Neste momento de agradecimento, reverencio a minha ancestralidade indígena, que veio da mãe da avó de minha avó Evangela, mãe de minha mãe Elvira, do povo indígena Karijós, que um dia viveu nas terras de Campo Alegre dos Carijós. Obrigada vó e mãe, vocês me guiaram para perto das plantas, principalmente para perto das palmeiras! Agradeço à minha avó Maria Teresa, em nome de meu pai Antônio, que me deu a terra quando criança, me deu a agricultura, principalmente o milho. Agradeço a Lourdes, minha companheira, que me deu o Cerrado e tudo que é planta de remédio. Agradeço às palmeiras Jerivá, Gueroba, Indaiá, Macaúba, Jussara e Maria Rosa que são parte do meu destino!

À Fiota que acolheu minha chegada à comunidade Vão de Almas, uma encantadora das ideias e das palavras, que deixou eu *isbiutar* a sua vida! Agradeço à Dirani que me veio em sonho, como chamado à realização da pesquisa, e foi minha guia pelos trieiros do território, que me mostrou o percorrido e o avistado! À Dona Amância (*in memória*), que me deu seu corpo em mimetismo com o Cerrado. À Katiane que estava dentro das águas do rio Capivara no momento da luz mais linda que já vi na vida. À Vanderli, que não conheço pessoalmente, e que me estendeu uma mão virtual pelas trilhas da comercialização de suas coisas. Às mulheres da comunidade Vão de Almas que me contaram suas histórias, principalmente Jucilene, Dona Luzia, Brasilina, Santa, Márcia, Helena e Irene. Ao Calisto, companheiro de Fiota, pela atenção sempre. À Márcia, Neynha, Pequeno e Rozar pela hospitalidade. Às crianças e adolescentes, à alegria, principalmente de Leila, Stefanie, Romero, Júlio, Joselha, Ney, Creison, Jéssica, Arthur, Luan e Adenilson,

Às mulheres quebradeiras de coco babaçu, especialmente à Dona Dijê (*in memória*) que me ensinou que o conhecimento é a realidade que se vive.

À minha orientadora Flávia e ao meu coorientador Alberto que me fizeram enxergar a luz das imagens que significam a minha tese. Vocês estimularam a troca das lentes analíticas de minha câmera fotográfica e eu pude conhecer diferentes perspectivas do conhecimento e da vida. O meu sentimento é que ao escrever a tese vocês estavam sentados ao meu lado!

À vivência que tive no PGDR. O meu carinho especial à Macarena, Dani e Ana Paula, pela atenção e energia boa! À equipe de professoras e professores do PGDR, principalmente Rumi, Gabriela, Catia Grisa, Flávia e Tatiana que ministraram disciplinas

que enriqueceram o meu processo de pesquisa. Aos colegas de doutorado: Jeidi, Tissiane, Gustavo, José Anibal, Cláudia, Vinicius, Amália e Loy, muito carinho.

Às professoras Claudia, Miriam e Tatiana que participaram da banca da minha qualificação e muito contribuíram para o pensamento visual da pesquisa.

Às amigas Andressa e Judit e ao amigo Lucas pela vivência linda que tivemos em Porto Alegre e pela amizade! Vocês moram no meu coração!

Aos participantes do Grupo de Pesquisa Inovação, Sociedade e Eco-territorialidades (GRIST): Flávia, Alberto, Judit, Lucas, Johana, Cecy, Luna, Tanise, Juan, Larissa, Patrine e Luis. As nossas frequentes reuniões virtuais durante a pandemia do Covid19 foi estímulo à continuidade e uma fonte de ideias à minha pesquisa.

À Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado e à Fundação Heinrich Böll que apoiaram meu trabalho de campo no território Kalunga.

Agradeço a oportunidade de ter recebido recursos públicos que possibilitaram a realização desta tese, principalmente ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e a Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

*Ser Kalunga vem daquela nascente, daquela geração de geração, aquela raiz,
eu amo aquele local meu, de eu ser Kalunga. (Fiota).*

RESUMO

O óleo de coco indaiá, um produto da sociobiodiversidade do Cerrado, produzido e comercializado por mulheres quilombolas Kalunga da comunidade Vão de Almas, se situa na invisibilidade para o desenvolvimento territorial. A pesquisa busca conhecer e visualizar o ‘quem’ do óleo de coco, e para isso, se aproxima das ideias da Perspectiva Orientada ao Ator (POA) em diálogo com o pensamento visual, provocado pela materialização de imagens das práticas da mulher Kalunga e do seu território. O exercício teórico-imagético dá vida à composição Corpo-Território Mulher Kalunga, uma ensamblagem entre a mulher Kalunga, o território, a palmeira indaiá e o mercado de proximidade. Esta composição corpórea – a mãe da sociobiodiversidade é geradora do óleo de coco que sempre fez parte da alimentação e da existência do povo Kalunga e que se torna produto, sai da comunidade, é comercializado, e se recorporeifica na vida das mulheres Kalunga na forma de geração de renda e na conquista de uma rede de apoio formada por ‘amigas e amigos’ consumidores. O caminho teórico-metodológico proposto para a compreensão do Corpo-Território Mulher Kalunga se apresenta como potencialidade na construção da narrativa visual, como meio para se compreender a realidade territorial Kalunga nos estudos do rural e do desenvolvimento. Nesta perspectiva, a tese defende que a produção e a comercialização do óleo de coco estão inseridas num processo de apagamento, de não visualidade e conseqüente não visibilidade, provocado, principalmente, pela falta de políticas públicas. A tese ainda conclui que o conceito de ‘produtos da sociobiodiversidade’ precisa se alargar, ir além da formação de cadeias produtivas, e considerar o corpo-político e as corporeidades daqueles (humanos e entes) que cooperam e coexistem em um território na geração da biodiversidade em sociobiodiversidade.

Palavras-chave: Óleo de coco indaiá. Mulheres quilombolas Kalunga. Produtos da sociobiodiversidade. Perspectiva Orientada ao Ator (POA). Pensamento visual.

ABSTRACT

Indaiá coconut oil, a product of the sociobiodiversity of the Cerrado, produced and marketed by Kalunga quilombola women from the Vão de Almas community, is situated in a place of invisibility for territorial development. The research seeks to know and visualize the 'who' of coconut oil, and for that, it approaches the ideas of the Actor Oriented Approach (POA) in dialogue with visual thinking, provoked by the materialization of images of the practices of the Kalunga woman and her territory. The theoretical-image exercise gives life to the composition Body-Territory Kalunga Woman, an assembly between the Kalunga woman, the territory, the Indaiá palm tree and the nearby market. This bodily composition, the mother of socio-biodiversity, generates the coconut oil that has always been part of the Kalunga people's diet and existence and that now leaves the community, is commercialized, and is re-embodied in the lives of Kalunga women in the form of generation of income and gaining a support network made up of consumer 'friends'. The theoretical-methodological path proposed for understanding the Kalunga Woman Territory-Body presents itself as a potentiality in the construction of the visual narrative, as a means to understand the Kalunga territorial reality in rural and development studies. In this perspective, the thesis argues that the production and commercialization of coconut oil are inserted in a process of erasure, of non-visibility and non-visibility, mainly caused by the lack of public policies. The thesis also concludes that the concept of 'sociobiodiversity products' needs to be broadened, to go beyond the formation of productive chains, and to consider the political body and the corporeities of those (humans and entities) that cooperate and coexist in a territory in the generation of biodiversity into sociobiodiversity.

Keywords: Indaiá coconut oil. Kalunga quilombola women. Sociobiodiversity products. Actor Oriented Approach (POA). Visual thinking.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O ‘quem’ do óleo de coco indaiá	15
Figura 2 – Mapa do Sítio Histórico Kalunga (SHK), estado de Goiás.....	25
Figura 3 – Localização da pesquisa de campo na Comunidade Vão de Almas	32
Figura 4 – Acesso por QR Code ao livro e ao vídeo Corpo-Território Mulher Kalunga	35
Figura 5 – Montagem imagética: palmeira babaçu, mulher quebradeira de coco babaçu e mercado.....	43
Figura 6 – Ensamblagem de corpos com o tempo.....	45
Figura 7 – Trilha metodológica para a narrativa visual.....	47
Figura 8 – Imagens mediadoras do Corpo-Território Mulher Kalunga.....	51
Figura 9 – Encontro com o território Kalunga	55
Figura 10 – Casa Kalunga estendida	67
Figura 11 – Trieiros Vão	74
Figura 12 – Mimetismo mulher Kalunga e paisagem do Cerrado.....	82
Figura 13 – Montagem visual da feitura do óleo de coco indaiá.....	85
Figura 14 – Corpo Mulher-Palmeira	91
Figura 15 – Fiota: Deuzamir Francisco da Conceição	96
Figura 16 – Dirani Francisco Maia.....	102
Figura 17 – Vanderli Moreira dos Anjos.....	106
Figura 18 – Óleo de coco indaiá vestido para o mercado.....	114
Figura 19 – Ensamblagem Corpo-Território Mulher Kalunga com o presente.....	146
Figura 20 – Performance mulher Kalunga dançarina de sussa e suas coisas	159
Figura 21 – Ensamblagem Corpo-Território Mulher Kalunga com o futuro	171
Figura 22 – Realidade aumentada do Corpo-Território Mulher Kalunga	175

LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

ABISA	Associação Brasileira da Indústria Saboeira
ACSBio	Agroextrativismo e Comercialização de Produtos da Sociobiodiversidade do Território Kalunga
APLs	Arranjos Produtivos Locais
AQK	Associação Quilombo Kalunga
AVC	Acidente Vascular Cerebral
BNDS	Banco Nacional de Desenvolvimento Social
CAF	Cadastro Nacional da Agricultura Familiar
CAPES	Coordenadoria de Aperfeiamento de Pessoal de Nível Superior
CAT	Centro de Atendimento ao Turista
CBA	Congresso Brasileiro de Agroecologia
CDB	Convenção da Diversidade Biológica
CIRAD	Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
CONTAG	Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura
COPPALJ	Cooperativa dos Pequenos Produtores Agroextrativistas de Lago do Junco
COVID-19	Doena do Coronavírus 2019
CSA	Comunidade que Sustenta a Agricultura
DAP	Declaração de Aptidão ao PRONAF
ENA	Encontro Nacional de Agroecologia
FBB	Fundação Banco do Brasil
FCP	Fundação Cultural Palmares
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
FUP	Faculdade da UnB de Planaltina
GRSIT	Grupo de Pesquisa, Inovação, Sociedade e Eco-territorialidades
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IEB	Instituto Internacional de Educação do Brasil
IFB	Instituto Federal de Brasília

IFG	Instituto Federal de Goiás
INCTI	Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia de Inclusão no Ensino Superior e na Pesquisa da Universidade de Brasília
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
ISA	Instituto Socioambiental
ISPN	Instituto Sociedade, População e Natureza
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social
MIQCB	Movimento Interestadual das Quebradeiras de Coco Babaçu
MMA	Ministério do Meio Ambiente
MPA	Movimento dos Pequenos Agricultores
OBHA	Observatório Brasileiro de Hábitos Alimentares
OCCA	Organização Coletiva do Cerrado Agroecológico
ONGs	Organizações Não Governamentais
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar
PANCs	Plantas Alimentícias Não Convencionais
PCTs	Povos e Comunidades Tradicionais
PEVS	Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura
PGPM-Bio	Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade
PLANAPO	Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNPCT	Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Povos e Comunidades Tradicionais
PNPSB	Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PNUMA	Programa Ambiental da Organização das Nações Unidas
POA	Perspectiva Orientada ao Ator
PPP-ECOS	Programa de Pequenos Projetos Ecosociais
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
QR CODE	Quick Response Code
REDE	Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas
SEAD	Secretaria Especial da Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agrário

SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDRS	Secretaria de Extrativismo e Desenvolvimento Rural Sustentável
SHK	Sítio Histórico Kalunga
SINPA-PCT	Sistema Nacional de Informações de Produtos da Agrobiodiversidade dos Povos e Comunidades Tradicionais
SUDAM	Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia
SVB	Sociedade Vegetariana Brasileira
TICCA	Territórios e Áreas Conservadas por Comunidades Indígenas e Locais
UEG	Universidade Estadual de Goiás
UnB	Universidade de Brasília
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
URBAL	Urban-Driven Innovations for Sustainable Food Systems
WWF	World Wildlife Fund

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	ENCONTRO DA PESQUISA COM OS PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE.....	19
1.2	TERRITÓRIO QUILOMBOLA KALUNGA.....	24
1.3	PESQUISA DE CAMPO JUNTO ÀS MULHERES KALUNGA DA COMUNIDADE VÃO DE ALMAS	32
1.4	CAMINHOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS TRILHADOS PELA PESQUISA	37
1.4.1	Diálogo entre a Perspectiva Orientada ao Ator (POA) e o Pensamento Visual	38
1.4.2	Perspectiva intersubjetiva como proposta metodológica para a narrativa visual.....	46
2	MULHER KALUNGA, PALMEIRA INDAIÁ E TERRITÓRIO.....	50
2.1	ESTRADA VÃO: UM ENTE QUE ATRAVESSA A VIDA DAS MULHERES KALUNGA.....	55
2.2	CASA ESTENDIDA: O MOVIMENTO AFORA VAI ATÉ ÀS ÁGUAS DO RIO	67
2.3	TRIEIROS VÃO: CAMINHOS DA MULHER KALUNGA.....	74
2.4	CORPO ENSAMBLADO: MULHER KALUNGA E TERRITÓRIO	82
2.5	FEITURA DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ	85
2.6	CORPO ENSAMBLADO: MULHER KALUNGA E PALMEIRA INDAIÁ ..	91
3	MULHERES KALUNGA NAS TRILHAS DA COMERCIALIZAÇÃO DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ.....	94
3.1	FIOTA: DEUSAMIR FRANCISCO DA CONCEIÇÃO	96
3.2	DIRANI FRANCISCO MAIA	102
3.3	VANDERLI MOREIRA DOS ANJOS	106
3.4	PROJETO “NÓS SOMOS A MÃE DE 7 ÓLEOS KALUNGA”	111
3.4.1	Embalagens	114
3.4.2	O poder do rótulo, do voto	116
3.5	PROJETO BAUNILHA DO CERRADO E PRODUTOS ECOSSOCIAIS KALUNGA.....	121
3.6	FEIRA DO ENCONTRO DE CULTURAS TRADICIONAIS DA CHAPADA DOS VEADEIROS – FESTIVAL DE SÃO JORGE	124

3.7	FEIRA DO CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT) DE ALTO PARAÍSO DE GOIÁS.....	128
3.8	PARTICIPAÇÃO SOCIAL E ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	129
3.9	ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO CERRADO AGROECOLÓGICO (OCCA)	132
3.10	PORTAS ABERTAS PELA GASTRONOMIA E PELA NUTRIÇÃO	136
3.10.1	Fortaleza do Gergelim Kalunga	136
3.10.2	Expedição Gastronômica Vão de Almas.....	138
3.10.3	Veganismo e vegetarianismo.....	140
3.10.4	Espaços da Nutrição	141
3.11	TERRITÓRIO VIRTUAL DA COMERCIALIZAÇÃO.....	142
4	CORPO POLÍTICO DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ	146
4.1	CORPOREIDADE DA MÃE DA SOCIOBIODIVERSIDADE	148
4.2	ÓLEO DE COCO CORPORIFICADO	152
4.3	ÓLEO DE COCO ENCORPORADO	154
4.3.1	Interface entre o corpo do óleo de coco e o consumidor	154
4.3.2	Performance do corpo que comercializa óleo de coco indaiá	159
4.3.3	Lugar de corpo da mulher Kalunga que comercializa	163
4.3.4	Afetos da comercialização ao Corpo-Território Mulher Kalunga.....	165
4.3.5	Recorporeidade do óleo de coco indaiá.....	169
4.4	ENSAMBLAGEM CORPO-TERRITÓRIO MULHER KALUNGA COM O FUTURO	171
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	175
	REFERÊNCIAS.....	179
	APÊNDICE A – PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE NO ÂMBITO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS	195
	APÊNDICE B – VÍDEOS COM O PROTAGONISMO DA MULHER KALUNGA	199
	APÊNDICE C – IMAGENS TERRITÓRIO QUILOMBOLA KALUNGA	200
	APÊNDICE D – IMAGENS PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE	201
	APÊNDICE E – IMAGENS MODO DE VIDA KALUNGA.....	203
	APÊNDICE F – IMAGENS PRODUTOS MÃE DE ÓLEOS KALUNGA .	204

1 INTRODUÇÃO

Figura 1 – O ‘quem’ do óleo de coco indaiá



Fonte: elaborado pela autora

Quem é o óleo de coco indaiá? Acreditando que as coisas possuem vida sociomaterial, a tese busca conhecer este produto da sociobiodiversidade¹ do Cerrado, gerado pela composição Corpo-Território Mulher Kalunga²: uma ensablagem³ entre a mulher quilombola Kalunga, o seu território, a palmeira indaiá e o mercado de proximidade. O referencial teórico que conta esta história é a Perspectiva Orientada ao Ator (POA)⁴ em diálogo com o pensamento visual⁵

¹ Produtos da Sociobiodiversidade são bens e serviços gerados a partir de recursos da biodiversidade (BRASIL, 2009).

² O termo “Corpo-Território” tem origem no feminismo comunitário de Abya Yala, trazido pela ativista indígena guatemalteca Lorena Cabnal (2010, p. 22).

³ A ideia de “ensablagem” busca a diluição de fronteiras entre seres humanos e não humanos (DELANDA, 2006) e será melhor desenvolvida no decorrer da pesquisa.

⁴ A base conceitual e metodológica da Perspectiva Orientada ao Ator (POA), proposta pela antropologia social, incorpora o estudo etnográfico ao desenvolvimento rural, com foco nos atores sociais, reconhecendo que ações e projetos externos são sempre mediados, transformados e reconfigurados pelos mesmos, por suas estratégias e lógicas de ação (ARCE; LONG, 2000; LONG 2007).

⁵ Provocar o pensamento de pesquisa pelo pensamento visual se sustenta nas ideias dos autores Didi-Huberman (2006, 2011, 2017) que considera o saber visual como ambiente para problematizar a história, para compreender onde a imagem nos toca, e pela estética política de Rancière (2005, 2009) que considera a arte como uma partilha democrática do sensível.

provocado pela decomposição de movimentos e gestos de corpos cooperativos que coexistem no território Kalunga. A metodologia de pesquisa propõe a intersubjetividade de olhares, incluindo o olhar do leitor, para a visualização da ‘mãe da sociobiodiversidade’, aquela dá à luz o corpo político do óleo de coco, na dinâmica do desenvolvimento territorial, e o conduz ao seu destino, seja como parte da existência do povo Kalunga ou ‘encorporado’⁶ por consumidores.

A pesquisa inicia seu percurso no estado do Maranhão, ao se aproximar do óleo de coco babaçu, um produto da sociobiodiversidade, que se transforma em um hidratante corporal comercializado pela empresa multinacional The Body Shop. Ao seguir a cadeia produtiva⁷ deste óleo, dentre todos os possíveis dados e informações concernentes, a pesquisa olha para a mulher quebradeira de coco babaçu e vê um corpo sentado no chão, seis horas por dia, quebrando o coco babaçu com um machado na mão. Na sequência, no estado de Goiás, a pesquisa se encontra com o óleo de coco indaiá, também um produto da sociobiodiversidade, que é comercializado de forma direta por mulheres Kalunga, principalmente em feiras da região. Neste encontro, a pesquisa olha para a mulher quilombola Kalunga e vê um corpo sentado no chão, por horas, quebrando o coco indaiá, com uma pedra na mão de aproximadamente três quilos.

O trabalho do olhar para essas mulheres foi materializado em imagens que questionam como o desenvolvimento territorial incorpora os afetos⁸ ao corpo da mulher que transforma a biodiversidade em sociobiodiversidade. Nesta perspectiva, a pesquisa compreende que o modo de vida das mulheres quebradeiras de coco babaçu e das mulheres Kalunga é uma situação política a ser considerada e visualizada. Na continuidade, por questões de limitação de tempo, a pesquisa opta por conhecer apenas o óleo de coco indaiá, junto a mulheres que vivem na comunidade Vão de Almas, território quilombola Kalunga, município de Cavalcante, região turística da Chapada dos Veadeiros, estado de Goiás. O trabalho de campo foi realizado junto

⁶ O termo “encorporado” é utilizado como tradução ao termo “embodiment”, como em Dawsey (2013: p. 316), para diferenciar de “incorporado”, tradução direta de “incorporated”. A adoção deste termo implica o corpo no sentido que o consumidor ao utilizar o óleo de coco indaiá não está apenas incorporando um produto e sim encorporando um aprendizado, uma história contada pela performance do corpo da mulher Kalunga ao comercializar seus produtos.

⁷ Cadeias produtivas, no âmbito de produtos da sociobiodiversidade, pode ser considerada “um sistema integrado, constituído por atores interdependentes e por uma sucessão de processos de educação, pesquisa, manejo, produção, beneficiamento, distribuição, comercialização e consumo de produto e serviços da sociobiodiversidade, com identidade cultural e incorporação de valores e saberes locais e que asseguram a distribuição justa e equitativa dos seus benefícios” (BRASIL, 2017, p.9).

⁸ A noção de “afeto” vem da leitura deleuziana de Spinoza, que considera uma variação ao corpo, relativa a uma realidade, que pode aumentar ou diminuir a sua potência de agir e a sua força de existir (DELEUZE, 2009).

a 12 mulheres que comercializam mais de 50 produtos da sociobiodiversidade com a marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*⁹.

A pesquisa se encontra com a mãe da sociobiodiversidade, quando compreende que o corpo da mulher Kalunga e o do território são corpos de mãe, e que estes, em aliança, geram o corpo do óleo de coco. Esta ideia começa a se formar quando a pesquisadora ouve da mulher Kalunga, que é mãe de doze filhos, que as águas do rio que ela está lavando roupa é a mãe da cachoeira Santa Bárbara, que ela, mulher Kalunga, é mãe de sete óleos, que ao agradecer alguém diz: - *você é uma mãe prá mim*, que quando expressa cooperação diz: - *uma mãe pela outra*. É neste mundo de vida que uma mão-mãe protege a biodiversidade e a transforma em produtos, e por isso, faz nascer a sociobiodiversidade. A pesquisa enxerga que o corpo da mulher Kalunga é uma extensão de seu território, um ente provedor, e que este território se estende ao mercado: o ‘lugar de corpo’¹⁰ da mulher performar a comercialização de seus produtos, de suas *coisas*.

Para compreender a composição ‘mãe da sociobiodiversidade’ que dá à luz o corpo do óleo de coco, a pesquisa segue uma trilha metodológica visual, orientada pela estética política fundada nas ideias de Rancière (2005, 2009) e Didi-Huberman (2006, 2011, 2017). Esta trilha se inicia com a percepção da luz que ilumina o território Kalunga, e segue em busca da perspectiva dos movimentos e gestos da mulher Kalunga que produz e comercializa o óleo de coco. As imagens materializadas nesse processo se agenciam, e se colocam uma em relação às outras, em montagens imagéticas, que provocam o pensamento visual orientador da pesquisa. A partir das imagens-presença geradas pela montagem, o leitor é convidado a entregar seu olhar à intersubjetividade e participar da recorporeidade de gestos ao Corpo-Território Mulher Kalunga, na perspectiva da análise do desenvolvimento territorial.

A narrativa visual sobre o ‘quem’ do óleo de coco começa a ser elaborada no primeiro capítulo ‘Mulher Kalunga, palmeira indaiá e território’, na perspectiva de se identificar a corporeidade que esses três entes entregam ao óleo de coco. A corporeidade é aqui compreendida como um corpo pode afetar e como é afetado em sua vivência com o outro e com

⁹ Em todo o texto, palavras, expressões ou trechos em itálico correspondem às falas e expressões das mulheres Kalunga. Palavras, trechos e expressões com o uso de aspas duplas são provenientes da bibliografia, cuja autoria está referendada conforme normas gerais. Palavras, trechos, expressões apenas com aspas simples são referentes aos destaques da pesquisadora.

¹⁰ O termo ‘lugar de corpo’ aqui utilizado faz alusão ao termo “lugar de fala”, sendo que Helena Vieira, escritora e transfeminista, em palestra na 23ª Mostra de Cinema de Tiradentes, questiona o que importa o “lugar de fala” para quem é uma pessoa trans (transgênero), cuja diferença de corpo precisa ser compreendida, e afirma que o que lhe interessa é o “lugar de vida e de contradição” desse corpo. O termo “lugar de fala”, segundo Djamila Ribeiro (2020), não tem uma epistemologia determinada, e acredita-se que vem do “ponto de vista feminista – diversidade, teoria racial crítica e pensamento decolonial” (p.57). Para a autora, “o lugar social não determina uma consciência discursiva sobre esse lugar. Porém, o lugar que ocupamos socialmente nos faz ter experiências distintas e outras perspectivas” (p. 69).

as materialidades que lhes são externas (UNO, 2017). Para esta aproximação de corporeidades, a pesquisa elege o corpo da mulher Kalunga como mediador, e materializa em imagens os movimentos desse corpo e esse corpo em movimento pelo território, principalmente, quanto à sua interrelação com a palmeira indaiá. As imagens retratam seis marcas corporais colocadas em montagem que conduzem a narrativa da pesquisa, sendo estas: a estrada que atravessa a vida da mulher; a casa da mulher que se estende afora; os trilhos que a mulher percorre; o mimetismo da mulher com o seu território; a feitura do óleo de coco pela mulher; e por último, a coexistência entre a mulher e a palmeira indaiá.

Na sequência, o capítulo ‘Trilhas da comercialização do óleo de coco indaiá’, percorre desde o *tempo dos antigos*, quando dois litros de óleo eram trocados por uma *chinela*, até os dias atuais, quando a mulher comercializa seus produtos, principalmente, em feiras da região turística da Chapada dos Veadeiros e por meio da internet. O capítulo também descreve como projetos de desenvolvimento com foco na sociobiodiversidade chegaram à comunidade e foram incorporados pelas mulheres Kalunga, assim como, as parcerias firmadas com organizações e pessoas, principalmente chefs de cozinha, para a comercialização dos produtos *Mãe de Óleos Kalunga*. Essas trilhas foram relatadas por três mulheres Kalunga: Fiota, Dirani e Vanderli, por meio de mensagens de áudio do aplicativo WhatsApp enviadas à pesquisadora, devido às limitações de contato presencial impostas pela pandemia da Doença do Coronavírus 2019 (COVID-19)¹¹. Neste capítulo, há poucas imagens materializadas e a pesquisa se orienta imageticamente por publicações disponíveis na internet, como vídeos, fotografias, entrevistas, *lives* e *posts* que trazem a mulher Kalunga como protagonista.

No último capítulo ‘Corpo político do óleo de coco indaiá’, por meio da montagem de imagens, a pesquisa olha para o Corpo-Território Mulher Kalunga em ensablagem com o presente, e sustenta a visualização dos afetos a esse corpo como um gesto político. O quem do óleo de coco assume duas corporeidades, a da constituição de um ‘óleo corporificado’ que vive nos corpos daqueles que habitam o território Kalunga e o ‘óleo encorporado’, aquele que sai da comunidade, se encorpora no consumidor e se recorporeifica na vida das mulheres Kalunga na forma de geração de renda e na conquista de uma rede de *amigas e amigos* consumidores de seus produtos. A tese defende que a comercialização do óleo de coco não é uma simples

¹¹ Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a COVID-19, doença causada pelo novo coronavírus, denominada síndrome respiratória aguda grave coronavírus 2 (SARS-CoV-2), como pandemia. No Brasil, o primeiro caso de COVID-19 foi confirmado em 26 de fevereiro de 2020 na cidade de São Paulo e as medidas de distanciamento social foram implementadas a partir da segunda quinzena do mês de março de 2020.

transação comercial e sim uma relação política que a mulher Kalunga performa em um território expandido – o mercado de proximidade, principalmente em feiras.

A tese ainda defende que a produção e a comercialização do óleo de coco estão inseridas num processo de apagamento de corporeidades e discute os impedimentos à vida do Corpo-Território Mulher Kalunga provocado pela falta de políticas públicas. Esses afetos são provocados, entre outros, pela falta de transporte público entre a comunidade Vão de Almas e a cidade de Cavalcante; a inexistência de programas de comercialização de produtos da sociobiodiversidade na região turística da Chapada dos Veadeiros; o alto custo do acesso ao sinal de internet; a dificuldade de aquisição de equipamentos que atenuem as dores no corpo da mulher Kalunga que faz todo o seu trabalho *no braço*; e pela intensidade emergente das mudanças climáticas que exigem cada vez mais trabalho do corpo da mulher Kalunga. A pesquisa ainda se desafia a imaginar como seria a ensamblagem do Corpo-Território Mulher Kalunga com o futuro, e para isso, aciona a imaginação política para que o desenvolvimento territorial retire a pedra da mão da mulher Kalunga que quebra o coco indaiá, como ‘símbolo’ de todos os afetos ‘dolorosos’ ao seu corpo e ao território.

Ao chegar às considerações finais, é o momento de reafirmar que o pensamento visual provocado pela decomposição de movimentos e gestos do Corpo-Território Mulher Kalunga é um caminho teórico-metodológico possível à construção de narrativas visuais para os estudos do rural e do desenvolvimento territorial, caminho este, que conduz às conclusões da tese.

1.1 ENCONTRO DA PESQUISA COM OS PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE

O propósito de se pesquisar o óleo de coco indaiá nasce de três motivações que se cruzam e se complementam até se delinear a questão de pesquisa. O primeiro motivo é o gostar e a experiência da pesquisadora em trabalhar com óleos vegetais, principalmente com óleos de cocos, sendo que sua pesquisa de mestrado abordou a cadeia produtiva do óleo de coco gueroba (*Syagrus oleracea*), uma palmeira nativa do bioma Cerrado¹², junto à uma associação de mulheres agricultoras. O segundo elemento motivador foi um trabalho de consultoria realizado

¹² A dissertação de mestrado “Cadeia produtiva do óleo de gueroba (*Syagrus oleracea*): geração de renda para agricultores familiares e promoção da agrobiodiversidade”, defendida em 2012, foi realizada junto à Associação dos Ipês, município de Buriti de Goiás (GO). O óleo de gueroba é utilizado como alimento e para a produção de cosméticos. A pesquisa abordou conhecimentos sobre o cultivo e manejo da palmeira gueroba; processamento do coco em óleo extraído a frio na agroindústria da associação; e comercialização do óleo como produto cosmético pela Cooperativa Central do Cerrado (EVANGELISTA-DIAS, 2012).

pela pesquisadora¹³, antes de seu ingresso no doutorado, quando a mesma se aproximou do Movimento Interstadual das Quebradeiras de Coco Babaçu (MIQCB)¹⁴ e conheceu o trabalho da Cooperativa dos Pequenos Produtores Agroextrativistas de Lago do Junco (COPPALJ)¹⁵, que produz óleo de coco babaçu (*Attalea speciosa*). A terceira motivação é a participação da pesquisadora junto à Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado¹⁶, desde a sua fundação, em 1999, e a assessoria técnica que a mesma vem prestando, desde 2013, a um grupo de mulheres quilombolas Kalunga, visando o desenvolvimento de produtos da sociobiodiversidade do Cerrado, principalmente o óleo de coco da palmeira indaiá (*Attalea compta*).

Esses três óleos de coco (gueroba, babaçu e indaiá) por serem frutos de palmeiras nativas da biodiversidade brasileira e produzidos por mulheres representantes de povos e comunidades tradicionais¹⁷ e/ou agricultoras familiares, têm um lugar comum, podendo ser denominados por “produtos da sociobiodiversidade”. Esse termo surge no âmbito das políticas públicas, em 2009, com o lançamento do Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade (PNPSB)¹⁸, instituído por meio da Portaria Interministerial nº239 de 21 de julho de 2009 (BRASIL, 2009). O plano define:

¹³ A pesquisadora prestou consultoria, em 2015 e 2016, para o Ministério do Meio Ambiente (MMA) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), com o objetivo de avaliar a implementação de Arranjos Produtivos Locais (APLs) de Produtos da Sociobiodiversidade, o que lhe proporcionou visitar 27 organizações locais (cooperativas e associações), localizadas nos biomas Amazônia, Cerrado e Caatinga e conhecer as cadeias produtivas de dez produtos da sociobiodiversidade. Os resultados dessa consultoria foram publicados no livro Arranjos Produtivos Locais – APLs de Produtos da Sociobiodiversidade (BRASIL, 2017).

¹⁴ O MIQCB está presente nos estados do Maranhão, Pará, Piauí e Tocantins. A missão do movimento é organizar as mulheres quebradeiras de coco babaçu para que conheçam seus direitos, a fim de promover a autonomia política e econômica em defesa das palmeiras de babaçu, dos territórios, do meio ambiente e da luta pela melhoria de suas condições de vida e de suas famílias, com base no bem viver (MIQCB, 2021).

¹⁵ A COPPALJ, fundada em 1991, por agricultores(as) agroextrativistas dos municípios de Lago do Junco e Lago dos Rodrigues, produz e comercializa óleo orgânico e torta de Babaçu nos mercados nacional e internacionais. A cooperativa abrange 35 comunidades e possui 210 cooperados trabalhando no âmbito da economia solidária (Cooperativa dos Pequenos Produtores Agroextrativistas de Lago do Junco, 2021).

¹⁶ A Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado, formada em 1999, é uma rede socioambiental formada por organizações comunitárias e pessoas que praticam a medicina tradicional e fazem o uso sustentável da biodiversidade do bioma Cerrado. As raizeiras produzem e comercializam remédios caseiros e produtos da sociobiodiversidade e tecem uma rede solidária de atendimento à saúde das comunidades locais, valorizando a cultura alimentar e o modo de vida tradicional. A pesquisadora é uma das fundadoras da Articulação Pacari e sempre prestou assessoria técnica ao trabalho realizado junto a povos e comunidades tradicionais.

¹⁷ Povos e Comunidades Tradicionais (PCTs) são grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL, 2007).

¹⁸ Para maiores informações sobre como o tema “Produtos da Sociobiodiversidade” se inseriu no contexto das comunidades e foi incorporado por políticas públicas vide APÊNDICE A – Produtos da sociobiodiversidade no âmbito de políticas públicas.

Produtos da Sociobiodiversidade são bens e serviços (produtos finais, matérias primas ou benefícios) gerados a partir de recursos da biodiversidade, voltados à formação de cadeias produtivas de interesse de povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares, que promovam a manutenção e valorização de suas práticas e saberes, e assegurem os direitos decorrentes, gerando renda e promovendo a melhoria de sua qualidade de vida e do ambiente em que vivem. (BRASIL, 2009).

Em 2017, o Ministério do Meio Ambiente (MMA) realizou um estudo junto a 27 organizações envolvidas na implementação do PNPSB, nos estados do Pará, Amazônia, Maranhão, Bahia e Minas Gerais (BRASIL, 2017). Este estudo apontou como um dos principais gargalos para o desenvolvimento das cadeias produtivas da sociobiodiversidade a falta de garantia dos direitos territoriais de povos e comunidades tradicionais e consequente falta de acesso dos mesmos à biodiversidade, seja por questões fundiárias, seja pela expansão do agronegócio e/ou implantação de grandes projetos, como mineração e hidrelétricas. Outros gargalos estão fundados na gestão de empreendimentos de base comunitária, como a falta de logística de armazenamento e transporte da produção para o mercado consumidor, o que acarreta alto custo de produção; a dificuldade de obtenção de capital de giro por organizações locais para o pagamento do extrativista no momento da venda de sua produção; e a dificuldade de atender a exigências sanitárias, tributárias e trabalhistas para a regularização da produção, que em muitos casos, não são condizentes com a realidade sócio econômica e cultural das comunidades.

O estudo também constatou, de forma relevante, o quanto os produtos da sociobiodiversidade são invisíveis para o desenvolvimento territorial, apesar de sua abrangência, como no caso da cadeia produtiva do coco babaçu que envolve 400.000 (quatrocentos mil) mulheres quebradeiras de coco nos estados do Maranhão, Tocantins, Pará e Piauí e 500.000 (quinhentos mil) famílias extrativistas do açaí nos estados do Pará, Amazonas e Amapá (ano base 2015). A invisibilidade dessas grandes cadeias produtivas se dá principalmente pela subnotificação da produção por órgãos de governos municipais e estaduais e pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Acrescenta-se a isso, a invisibilidade da diversidade de produtos da sociobiodiversidade presente na segurança alimentar e nutricional das famílias do campo e da produção comercializada informalmente dentro das próprias comunidades e em pequenas cidades. Essa invisibilidade também exclui os produtos da sociobiodiversidade das compras públicas, principalmente para a merenda escolar, no âmbito do Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE), e reforça o desconhecimento desses produtos pelo consumidor em geral (BRASIL, 2017).

Para exemplificar essa invisibilidade, o coco babaçu tem diversos usos e pode entrar na composição de vários produtos. A sua casca é uma fonte de energia, utilizada como biomassa para a produção de vapor em caldeiras de fábricas (DOMINGUES *et al.*, 2017) e para aquecer fornos da indústria cerâmica (SALES *et al.*, 2011)¹⁹; o carvão da sua casca é comercializado como briquetes de narguilé e para churrasco, por produzir pouca cinza, e não emitir odor e nem fazer fumaça²⁰; o óleo de suas amêndoas é utilizado em larga escala pela indústria saboeira, podendo entrar na composição de sabão em barra, sabão em pó, detergentes, entre outros²¹; e na formulação de diversos cosméticos como o creme de tratamento capilar ‘Supreme Control 4D’ da empresa L’oréal Paris²² e o filtro solar ‘Chronos FPS30’ da empresa Natura²³; o óleo também tem uso culinário, encontrado no mercado na forma integral ou refinado²⁴; e ainda, o mesocarpo²⁵ do babaçu (polpa do fruto) é utilizado para a preparação de bolos, pães e mingau e está presente, por exemplo, na composição do produto ‘Mini cookies coco e castanhas’ da marca Mãe Terra da empresa Unilever²⁶.

A invisibilidade identificada pelos estudos do MMA chama a atenção principalmente para a inexistência de dados, como o número de extrativistas que possuem Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP)²⁷, volume de produção, custo de produção, preços praticados, mercados atingidos, entre outros, que informam as cadeias de produtos da sociobiodiversidade. Aqui, o desenvolvimento territorial tenta responder, principalmente, às questões relacionadas

¹⁹ O uso do fruto inteiro do coco babaçu, e não apenas de sua casca, para aquecer fornos da indústria cerâmica, vem sendo denunciado como uma ameaça aos povos e comunidades tradicionais. Esse tipo de extrativismo é realizado principalmente por fazendeiros e impacta na coleta do coco pelas mulheres quebradeiras de coco babaçu, que comercializam as amêndoas e a casca do coco (PORTAL CARAJÁS, 2018).

²⁰ O carvão de casca de babaçu para a produção de briquetes de narguilé e para churrasco é comercializado pela empresa *Agrobaba E-commerce*. Disponível em: <https://agrobaba.com.br/produto/carvao-de-coco/>. Acesso em: 27 mai. 2022.

²¹ A Associação Brasileira da Indústria Saboeira (ABISA) disponibiliza a cotação semanal do valor de mercado do óleo de babaçu, dos tipos bruto, refinado e branqueado. Disponível em: <https://abisa.com.br/cotacoes/cotacoes-2022>. Acesso em: 27 mai. 2022.

²² Disponível em: <https://www.loreal-paris.com.br/elseve/supreme-control-4d/creme-de-tratamento-300g>;. Acesso em: 27 mai. 2022.

²³ Disponível em: <https://www.natura.com.br/p/protetor-antioleosidade-reductor-de-poros-fps-30-fpuva-10-chronos-50-ml/69725?listTitle=search%20results%20list%20showcase%20-%20protetor%20solar&position=7>. Acesso: 27 mai. 2022.

²⁴ Entre outras plataformas de e-commerce, o óleo de babaçu de uso culinário pode ser encontrado na loja da Central do Cerrado. Disponível em: <https://www.centraldocerrado.org.br/product-page/%C3%B3leo-de-coco-baba%C3%A7u-org%C3%A2nico-1-litro-coppalj>. Acesso em: 27 mai. 2022.

²⁵ O mesocarpo do babaçu é a massa (polpa) existente entre o epicarpo (parte externa) e o endocarpo (parte interna) do fruto do babaçu.

²⁶ Disponível em: <https://www.maeterra.com.br/produtos/pronto-para-comer/mini-cookies/mini-cookies-coco-e-castanhas.html>. Acesso em: 27 mai. 2022.

²⁷ A DAP é o documento de identificação da agricultura familiar e pode ser obtida tanto por pessoa física quanto por pessoa jurídica como associações, cooperativas e agroindústrias (BRASIL, 2022). A DAP está sendo substituída pelo Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF), instituído pela Portaria nº 387, de 30 de dezembro de 2021 (BRASIL, 2021).

ao ganho de produtividade, ao crescimento exponencial e à comoditização de produtos da sociobiodiversidade voltados para mercados globais, como o açaí, a castanha-do-Brasil e a borracha.

Porém, a partir da experiência profissional da pesquisadora, a pesquisa enxerga nessa invisibilidade a ausência de quem é a coletora ou coletor de sementes, de frutos, de cascas, de óleos da biodiversidade. Essa ausência traz junto não só o apagamento das pessoas, mas também dos seus modos de vida e de seus territórios, invisibilizando os conflitos territoriais, o estado de conservação ambiental dos territórios e as mudanças climáticas emergentes. Assim o que não existe, o que não é visualizado, não pode requerer direitos e não é atendido por políticas públicas. Esse apagamento se potencializa quando o produto da sociobiodiversidade é um coco de uma palmeira nativa, que depois de coletado precisa ser quebrado para a retirada de suas amêndoas para serem comercializadas. A quebra de cocos nativos como o babaçu, indaiá e licuri (*Syagrus coronata*) é, comumente, um trabalho realizado por mulheres, que passam horas sentadas no chão manuseando instrumentos rústicos como pedras, macetes e machados. A invisibilidade dessa mulher, do seu modo de vida, de seu território e de suas condições de trabalho a coloca à margem do desenvolvimento territorial, conformando um território de inexistência.

A partir dessa problematização, a pesquisa, inicialmente, teve o objetivo de compreender a construção de mercados para produtos da sociobiodiversidade por mulheres, com foco no óleo de coco babaçu, produzido em escala industrial pela COPPALJ²⁸. A questão colocada, naquele momento, era como o coco babaçu, o fruto de uma palmeira nativa da biodiversidade brasileira, que ocorre no estado do Maranhão, coletado e quebrado por mulheres, chega à Europa na forma de óleo vegetal, e se torna um produto comercial da empresa multinacional The Body Shop?

No decorrer do percurso acadêmico, a pesquisadora também considerou realizar a pesquisa junto às mulheres quilombolas Kalunga que produzem o óleo de coco da palmeira indaiá, cujo fruto é muito parecido com o babaçu. O coco indaiá faz parte da história de existência do povo Kalunga, *já teve época que na precisão foi o que matou a fome dos antigos*, e também já esteve presente no seu dia a dia da alimentação das famílias, *fui criada no óleo de coco*, além de sempre ter sido comercializado pelas mulheres. A principal questão colocada naquele momento era como a mulher Kalunga, que vive em uma comunidade de difícil acesso,

²⁸ A COPPALJ produz, anualmente, 300 toneladas de óleo de babaçu, sendo 70% de sua comercialização destinada ao mercado externo e 30% ao mercado interno (BRASIL, 2017).

onde só se chega com veículo tracionado, constrói um mercado de proximidade para comercializar o óleo de coco que produz?

Com essa ideia inicial, a pesquisa iria realizar dois trabalhos de campo e trazer questões colocadas por duas diferentes realidades de comercialização do óleo de coco, sendo uma em escala industrial e outra em circuitos curtos de comercialização. O objetivo era compreender como o extrativismo sustentável, enquanto atividade econômica, é incorporado ao desenvolvimento territorial, tendo como foco de análise a construção de mercados para produtos da sociobiodiversidade por mulheres, e mais especificamente, para dois óleos de coco com características muito semelhantes, porém com escalas de comercialização muito distintas. Para isso, propunha-se identificar e analisar as relações sociais estabelecidas e os instrumentos (técnicos, econômicos e políticos) utilizados pelas mulheres para acessassem mercados diversificados e como esse acesso contribuía para a manutenção de seus modos de vida e para a conservação ambiental de seus territórios.

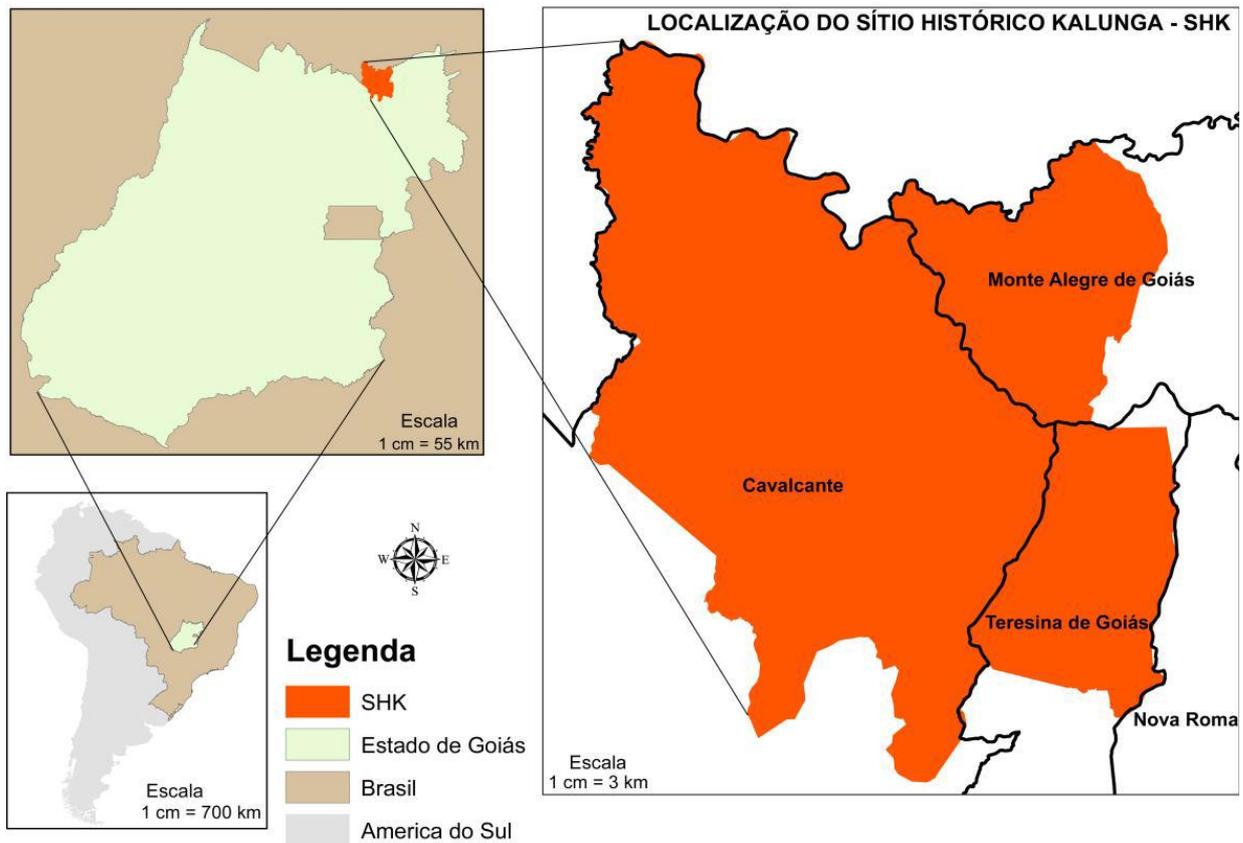
A intenção de ter dois campos de pesquisa se estendeu até o projeto de qualificação, quando a banca examinadora, além de contribuir com questões teóricas e metodológicas, questionou a viabilidade prática, no tempo concernente ao doutorado, de se realizar a pesquisa em realidades tão complexas e distintas. A isso se acresceu as distâncias a serem percorridas, pois o campo junto às mulheres quebradeiras de coco babaçu se situava no interior do estado do Maranhão, na região do Médio Mearim, e o campo junto às mulheres quilombolas Kalunga, na região nordeste do estado de Goiás. A orientação da banca foi acatada e a pesquisadora junto à sua orientadora e coorientador optaram por desenvolver a pesquisa apenas sobre o óleo de coco indaiá junto às mulheres quilombolas Kalunga. Esta opção se fundamentou, entre outras questões, na perspectiva de contribuição da pesquisa para a visibilidade de produtos da sociobiodiversidade que não estejam inseridos em grandes cadeias produtivas, que são comercializados em circuitos curtos, e que possuem significado de existência para povos e comunidades tradicionais.

1.2 TERRITÓRIO QUILOMBOLA KALUNGA

O território quilombola Kalunga se estende pelos municípios de Teresina de Goiás, Cavalcante e Monte Alegre de Goiás, localizado na microrregião Chapada dos Veadeiros,

região nordeste do estado de Goiás²⁹, abrangendo uma área de 261.999 hectares (BRASIL, 2009). Parte do território é localizado no vale do Rio Paranã e de seus afluentes, na Serra Geral do Planalto Central do Brasil, sendo que serras e morros dividem as comunidades locais em cinco núcleos principais: Vão das Almas, Vão do Moleque, Vão da Contenda, Ribeirão dos Bois e Engenho II (BAIOCCHI, 1996). A população do território é estimada em torno de 1.500 famílias que vivem em pelo menos 39 comunidades (PAES, 2019).

Figura 2 – Mapa do Sítio Histórico Kalunga (SHK), estado de Goiás



Fonte: Vinicius G. de Aguiar (2014)

Em 1991, o território foi reconhecido como Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga pela Lei Estadual nº 11.409/91 (GOIÁS, 1991)³⁰. Em 2021, o território Kalunga foi reconhecido como o primeiro Território e Área Conservadas por Comunidades Indígenas e

²⁹ O território Kalunga faz divisa com o Estado do Tocantins, nas coordenadas geográficas: 13°20' a 13°27' de latitude sul e 47°10' a 47°20' de longitude oeste de Greenwich, distando 600 km de Goiânia (GO) e 330 km de Brasília/DF (MARTINS, 2012).

³⁰ A Lei Estadual nº 11.409/91 foi fundamentada nos estudos do “Projeto Kalunga: Povo da Terra”, idealizado e coordenado pela antropóloga Mari Baiocchi e realizado pela Universidade Federal de Goiás (BAIOCCHI, 2006). A Lei Estadual nº 11.409/91 foi complementada pela Lei Complementar Nº 19, de 05 de janeiro de 1996 (GOIÁS, 1996).

Locais (TICCA) do Brasil. O título global TICCA é concedido pelo Programa Ambiental da Organização das Nações Unidas (PNUMA) a territórios comunitários conservados, nos quais a comunidade tem profunda conexão com o lugar que habita, chamados de “territórios de vida” (REDE CERRADO, 2021).

A origem do território Kalunga, segundo Anjos (2017), se dá junto ao ciclo do ouro, no processo de colonização do Estado de Goiás, que se inicia no final do século XVII. A colonização trouxe pessoas escravizadas para a região, predominantemente de origem sudanesa, especialmente os “minas”, que possuíam experiência na mineração, procedentes da Bahia. Outro grupo predominante que veio para a região era de origem banto, do sul do continente africano, procedentes do Rio de Janeiro, Alagoas, Pernambuco, Maranhão e Pará. O tipo de mineração no estado era a de cascalho, que consistia na extração de ouro de aluvião depositado nos rios, em detrimento à complexidade da exploração de ouro em morros e vales. O início da formação de quilombos na região data do século XVIII³¹, sendo que a comarca do norte da capitania de Goiás³², por ser a mais afastada de centros administrativos e cortada por rios caudalosos e entrecortada por serras, favoreceu uma rota de fuga e abrigou as pessoas que conseguiam fugir da escravidão a que eram submetidas (ANJOS, 2017).

O relatório da Fundação Cultural Palmares (FCP), “Identificação e Reconhecimento Territorial das Comunidades Kalunga”, de 1998, considera que os Kalunga têm sua origem nas primeiras fugas de pessoas escravizadas quando se abriu os caminhos do norte da capitania de Goiás pelas excursões de jesuítas de Belém do Pará e de bandeirantes no século XVII. As fugas se davam das lavras das minas da região dos afluentes do Rio Paranã e do Tocantins. No século XVIII, estas fugas se intensificaram das lavras de ouro do nordeste goiano, principalmente das minas dos arraiais São João da Palma, Conceição, Natividade, Flores, Arraiais, São Félix e Cavalcante. As pessoas escravizadas que fugiam destes arraiais iam juntar-se aos quilombolas da Serra Geral, entre estes, o quilombo que deu origem ao povo Kalunga (FCP, 1998).

A localização inicial do quilombo Kalunga foi nas serras da região que ofereciam obstáculos e proteção natural contra as forças escravagistas (FCP, 1998). A expansão do quilombo para os vales dos rios ocorreu pelo esgotamento das minas e lavras de ouro e a consequente migração dos arraiais da região para outras áreas do país nas últimas décadas do

³¹ Este fato pode ser confirmado pelo relato de Dom João Manoel de Melo, que em 1760, aponta que no vale do rio Paranã havia um quilombo com duzentas pessoas negras, inclusive com crianças, situadas em regiões agricultáveis e que plantavam roças e pomares (KARASCH, 1996). João Manuel de Melo foi governador da Capitania de Goiás entre os anos de 1759 e 1770 (CARBONESI, 1996).

³² A Capitania de Goiás foi uma capitania do Estado do Brasil entre os anos de 1744 e 1822 (CARNONESI, 1996).

século XVIII. Esta expansão também ocorreu pelo aumento populacional do quilombo e consequente necessidade de maior área para a agricultura e criação de gado (ANJOS, 2017). Para Brito-Neto (2002), o território Kalunga se formou a partir dos descendentes diretos de pessoas escravizadas que trabalhavam nas minas de ouro de Goiás, mas, principalmente, pelo contingente populacional que se estabeleceu no Vale do rio Paranã, após o declínio da mineração do ouro, a partir do final do século XVIII.

Ao imaginar como se davam as fugas das pessoas escravizadas das minas de ouro e sua sobrevivência nas serras gerais, a pesquisa se inspira no documentário “Sal da Terra” (AMÂNCIO, 2014), que traz a versão de moradores da comunidade Vão de Almas. Esta versão afirma que a fuga se dava por meio de aviões construídos com madeira da palmeira buriti, usado para transpor muros de pedras, e em seguida, já em solo firme, a madeira era utilizada para fazer canoas, possibilitando a continuidade da fuga pelos rios. No documentário, impressiona a réplica em miniatura do avião, construída por Zezinho (morador da comunidade), para contar a história de fuga de seus antepassados, principalmente para quem conhece a madeira de buriti e sabe o quanto ela é resistente e leve.

Isto aqui, o meu avô disse que prá fugir lá do muro dos escravos, dos portugueses, eles tinha que fazer um aviãozinho desse para passar do local perigoso deles, e aí ia tirar os que tava sadio, ele tirava os buriti para fazer o avião, para pôr dentro, lá em cima do pico da serra, prá quando dá um ventão, aí eles desamarrava o avião, e passava do muro dos escravos, dos portugueses, né, e aí eles ia cair muito longe, aí o povo desapiava, e ia caçar outro destino, pegava o buriti, procurava um rio, e aí ia colocar os buritis na água, fazia tipo um, uma canoa, e agora onde ele achasse bom prá morar, eles ia morando, tem até a serra da Salita, com certeza foi lá que eles começou esconder, porque lá, eles tocava debaixo de uma loca de pedra, tem uma pedrona lá que eles morava debaixo, né, talvez foi o pai do meu bisavô que veio nele né, só que o meu avô ainda lembrava, aqui, o bicho, fazia ele grandão, quando ele pega o vôo, esses corta vento dele tudo vai rodar. (Depoimento de Zezinho, Vão de Almas, documentário “Rota do Sal Kalunga”, (2min:35s,4min18s) (BRAGA; AMÂNCIO, 2014)).

Para Baiocchi (1996), os Kalunga mantiveram o seu modo de falar próprio e a tradição oral com inestimável acervo literário. A autora, após 15 anos de pesquisa de campo, recolheu diversas histórias, adivinhas, provérbios, cantos, poesias, jogos e encenações e adotou a classificação africana de Chatelain (SANTILLI, 1985, p. 7-8) para compreender a literatura Kalunga. Ao adotar essa classificação considerou seis categorias na língua Kimbundu: “Mi-Soso, Maka, Malunda ou Mi-Sendu, Ji-Sabu, Mi-Embu e Ji-Nongongo” (BAIOCCHI, 1996, p. 143). Dentre essas categorias, a história de fuga das pessoas escravizadas por meio de aviões feitos de buriti poderia ser considerada como “Maka”, categoria que considera estórias

verdadeiras ou tidas como tal, com a finalidade de instruir principalmente as crianças e os jovens, assim como proporcionar o lúdico, para o lazer e o prazer.

O relatório da FCP (1998) aponta que a comunidade Kalunga foi sendo formada junto ao relacionamento com os povos indígenas que habitavam o território. Este fato também é descrito por Baiocchi em pesquisa de campo: “o primeiro povo morador é o do Kalunga, os Pereira³³ que chegaram, aqui tinha era índio” (BAIOCCHI, 1996, p. 140). A presença dos indígenas na comunidade Vão de Almas³⁴ é constatada em pesquisa de campo, quando algumas mulheres relatam suas descendências femininas, sendo suas tataravós indígenas, *a mãe de minha avó Maria era Agostinha, e a mãe da minha bisavó Agostinha, diz que era índio, foi pegada de cachorro, porque era índio né, assim minha avó falou, que a avó dela Esteva, que foi pegada de cachorro, porque era índio, pegada no mato*³⁵. Além das afirmações de descendência indígena forçada (pega de cachorro), as mulheres reforçam que a relação com os indígenas era baseada no sentimento de medo. Há relatos que *no tempo da minha avó que via eles, à noite, os indígenas ficavam rondando as casas, ficavam no terreiro assuntando, o que provocava muito medo nas famílias, e se uma panela de comida ficasse à noite em riba do girau, quando amanhecia o dia, eles haviam comido a comida da panela*. Outro medo revelado era a crença que os indígenas raptavam crianças, *diz que eles pegava criança, aí a gente tinha muito medo, os pais da gente falava para a gente ter muito cuidado*.

Ao perguntar às mulheres como se chamavam os indígenas que foram seus antepassados, elas não sabem dizer, e apenas se referem aos mesmos por *índio* ou *cumpadre*. Segundo Silva (2003), as pessoas que formaram os quilombos na Serra Geral se miscigenaram com os indígenas Avá-canoeiros que habitavam os vales do rio Paranã e Tocantins³⁶. Este grupo indígena se autodenomina “awa”³⁷ e ficou conhecido na literatura com o etnônimo de “Avá-

³³ Segundo Baiocchi (1996), a história oral registra os primeiros moradores, as migrações sucessivas, a pose da terra, a miscigenação com os indígenas. A partir do núcleo inicial Kalunga, o Clã Pereira foram os pioneiros povoadores dos Vãos das Serras, localizam-se entre o Riachão e Tinguizal, no caminho da Serra da Ursa, à margem direita do Rio Paranã.

³⁴ A presença dos indígenas na comunidade Vão de Almas é relatada por moradores em pesquisas de campo realizadas por Godinho (2008), Rosa (2013) e Cunha (2018).

³⁵ O termo “pegada de cachorro” também é citado na dissertação de mestrado, “O calendário agrícola na comunidade Kalunga Vão de Almas: uma proposição a partir das práticas de manejo da mandioca”, que segundo o Sr. Rosário dos Santos Rosa, de 89 anos, nascido na comunidade Areias, a sua bisavó era “índia” e que “foi pega de cachorro” (CUNHA, 2018, p.23).

³⁶ Silva (2003) descreve que a região de Goiás, antes do período das primeiras expedições, missões e bandeiras realizadas pelos colonizadores, era território de diferentes etnias indígenas: Paiaguás, do Alto do Rio Paraguai; “Pés-largos”; Caiapós; Xavantes; Crixás; Capepuxis; Apinagés, Borora, das margens do Rio São Lourenço; Goyazes, vizinhanças da Serra Dourada; Araés, do baixo rio das Mortes; Avá-Canoeiros, do vale do Paranã e Tocantins. Para maiores informações sobre os indígenas Ava-canoeiros consultar Pedroso (1994).

³⁷ “[...] o termo awa, como em outras línguas tupi-guarani, significa gente, pessoa, ser humano...” (SILVA, 2005, p. 14).

canoeiro”, por sua grande habilidade no uso de canoas em ataques às frentes colonizadoras que navegavam no rio Maranhão, hoje rio Tocantins (RODRIGUES, 2022). Ainda segundo a autora, os Avá preferiam a morte, recusando-se a estabelecer qualquer contato pacífico com o colonizador, e por isso, é considerado o povo que mais resistiu à colonização no Brasil Central.

No início do século XIX, fugindo dos colonizadores, parte dos Avá se dirigiu à região do médio rio Araguaia, fragmentando o seu povo em dois grupos – do Rio Araguaia e do Rio Tocantins. Hoje, os Avá-canoeiros do Araguaia vivem dispersos em aldeias Karajá e Javaé (RODRIGUES, 2022) e apenas nove pessoas vivem na Terra Indígena Avá-canoeiro, localizada nos municípios de Colinas do Sul e Minaçu, na região norte de Goiás (ISA, 2022). Um contato imagético com os Avá-canoeiros é possível pelos documentários “Histórias de Avá – o povo invisível” (PALMEIRO, 2012) e “Avá-Canoeiro – a teia do povo invisível” (MOREIRA, 2006). Porém, a força da indignação desse momento histórico de segregação e genocídio do povo Avá-canoeiro, marcado pela ditadura militar e por uma política desenvolvimentista, emerge no cenário musical brasileiro, com o lançamento, em 1978, do disco Clube da Esquina 2 (LIMA, 2011). O cantor Milton Nascimento canta a música “Canoa, Canoa”, de autoria de Brant e Angelo (1978), e apresenta em melodia e emoção o extermínio do povo Avá e a sua indissociável relação com o rio.

[...] Avá-canoeiro prefere as águas, Avá-canoeiro prefere o rio, Avá-canoeiro prefere os peixes, Avá-canoeiro prefere remar, Avá prefere pescar, Avá prefere pescar, dourado, arraia, grumatá, piracará, pira-andirá, jatuarana, taiabucu, pira-canjuba, peixe-mulher, Avá-canoeiro quer viver, Avá-canoeiro só quer pescar [...]. (BRANT; ANGELO, 1978).

Ao pensar sobre a origem da palavra “Kalunga”, segundo Baiocchi (1999), a mesma é de origem bantu com múltiplos significados. Um desses significados remete à “uma boneca de madeira – a lunga ou calunga, [...] como uma fonte de poder político e de uma organização social fundada na terra” (BAIOCCHI, 1999, p. 40). Para Lienhard (1998³⁸ *apud* BAIOCCHI, 1999, p.40), Kalunga é o Deus angolense, das profundidades do planeta terra. Nos cultos de Umbanda e Candomblé, Kalunga é uma versão de mar, de campo sagrado para repouso dos ancestrais (BAIOCCHI, 1999). Em quimundo, Kalunga é o tratamento de pessoa ilustre, de pessoa nobre, e significa também “a morte, o inferno, o oceano, o senhor” (BAIOCCHI, 1999, p.41). Ainda segundo Baiocchi (1999), para o povo Kalunga, a palavra significa um lugar

³⁸ LIENHARD, M. O Mar e o Mato: história da escravidão (Congo, Angola, Brasil, Caribe). Salvador: EDUFBA/CEAO, 1998.

sagrado que não pode pertencer a uma só pessoa ou família. É um lugar de todos para os momentos de dificuldade, é um lugar que nunca seca, um lugar bom para plantar.

O nome Kalunga também remete a um riacho local, conhecido como riacho Calunga, sendo o mesmo uma referência territorial e toponímica relacionada com a origem dos Kalunga (FCP, 1998). Em pesquisa de campo realizada por Godinho (2008, p. 36), Dona Teodora relata: “Antigamente, Kalunga era somente um córrego que passa em frente à casa de minha sogra. O primeiro a ser chamado de Kalunga foi o córrego, depois os moradores de perto”. Godinho (2008) visitou o córrego e constatou que a vegetação do entorno se mantinha verde na época da seca, no mês de julho, sendo considerado um local sagrado para seus moradores, como explica o Sr. Tico, morador do lugar:

Kalunga era um córrego [...] lá nesse córrego é um mato, um brejo, pântano, pantanal de brejo que dentro dele é cheio de sucuri, aquela cobra [...] lá é um mato que a gente ficava só para plantar roças na seca no ano que perdia a roça; a vizinhança, todo mundo ia prá fazer roças porque lá é molhado pra plantar arroz [...]. (GODINHO, 2008, p. 36)

Outra referência à palavra Kalunga é dada ao nome de uma planta da família das simarubáceas (*Simaba ferrugínea*). Essa planta ocorre no território e era abundante nas proximidades do córrego Calunga (FCP, 1998; GODINHO, 2008). A planta é considerada medicinal, de sabor muito amargo, utilizada para combate de verminoses (ROSA, 2013; CUNHA, 2018; BRASIL, 2001), dor de barriga e males do estômago (CUNHA, 2018; MARINHO, 2013), e para curar frieira (MARINHO, 2013), entre outros usos.

[...] e é um pau de Kalunga, inclusive hoje, esse pau de Kalunga, que eles resgatou essa palavra, que é Kalunga o local, e aí ficou, ele serve para remédio, ele amarga, ele não dá raiz gaiado, ele só dá raiz pró fundo, só pró fundo, e a raiz é boa prá remédio, é bom prá se você comeu uma comida que não deu no estômago, o estômago está ruim, ruim, cê pode colocar água no fogo prá ferver, colocar a raizinha dele no copo, e aí cê põe a água dentro, e bota prá esfriar e toma, é muito bom prá dor de estômago, para congestão, dor de estômago, pode beber, só que ele é amargo, mas eu mesmo já acostumei beber ele, é bom demais. (Entrevista com Fiota, áudio de WhatsApp, 11 maio2022).

A denominação Kalunga para o povo de todo o território, segundo Baiocchi (1999), acontece, inicialmente, pela referência dada pela população das cidades vizinhas, quando os moradores das localidades Contenda, Vão de Almas, Vão do Muleque, Ribeirão dos Bois e Kalunga, iam vender ou trocar a sua produção na região, chamando-os de “Kalunga ou Kalungueiro”, acreditando que os mesmos possuíam uma só origem (BAIOCCHI, 1999, p.41). Porém, os moradores do território se identificavam por localidade, ou seja, sou da Contenda,

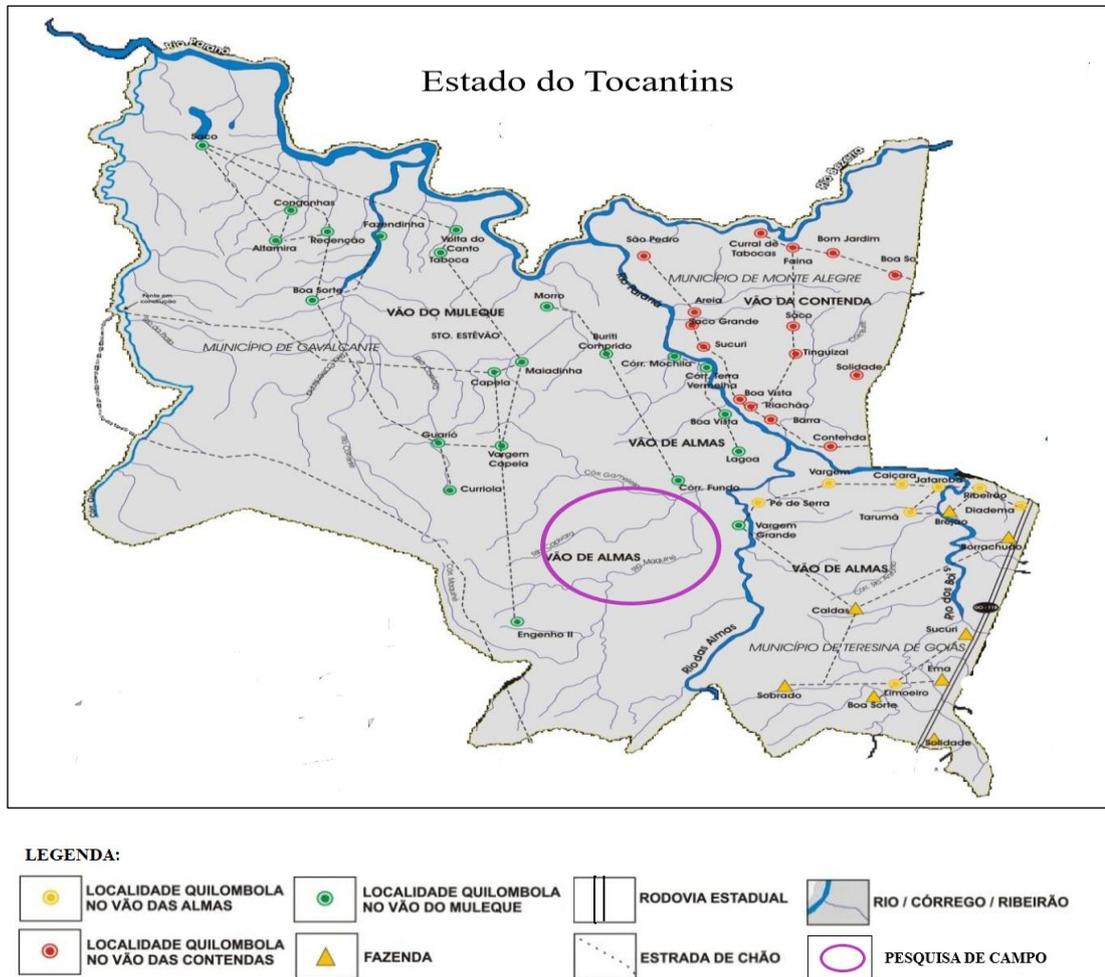
do Riachão, das Areias, do Muleque, do Ribeirão, e assim por diante. Segundo Silva (2003), os “Kalungueiros” são velhos conhecidos das regiões vizinhas ao território, desde o período escravocrata, sendo que os mesmos viajavam de mula para vender polvilho, farinha de mandioca, arroz, feijão, rapadura, melado de cana, fumo, entre outros produtos, assim como, trocavam ou compravam o que não produziam, como sal, cachaça, querosene, roupas, utensílios domésticos, entre outros. Além de “Kalungueiros”, eram também conhecidos como “o povo do sertão; o povo do Vão; os molequeiros; os preto da chapada” (MARINHO, 2013, p.245). A autodenominação “Kalunga” como etnônimo se consolida após a realização do Projeto Kalunga – Povo da Terra e a consequente aprovação da Lei Estadual nº 11.409/91 (GOIÁS, 1991), que reconhece o Sítio Histórico e Patrimônio Kalunga. Neste processo, os moradores do território saem da invisibilidade, e segundo Baiocchi, (1999), a autodenominação Kalunga se fortalece também como uma estratégia política de garantia de direitos sociais e territoriais do povo que vive naquele território.

A origem e a história do povo Kalunga são descritas na literatura e em diversos trabalhos acadêmicos, sendo abordado, entre outros temas: o processo histórico brasileiro da formação de quilombos; o relacionamento do povo Kalunga com os povos indígenas; a grilagem de terras e a luta do povo Kalunga pela garantia de seus direitos territoriais; a desmistificação do isolamento territorial de um povo que desde sempre comercializou seus produtos tradicionais dentro e fora da região; o preconceito e racismo sofrido pelos “Kalungueiros” na região; as expressões culturais como a dança da sussa³⁹ e festas religiosas, como a Romaria de Nossa Senhora da Abadia; o analfabetismo e o processo educacional das crianças e jovens Kalunga; a soberania alimentar e a culinária Kalunga; a histórica falta de políticas públicas e as dificuldades de se viver naquele território; a violência contra a mulher Kalunga; entre outras temas e questões. Nesse universo, a pesquisadora pacifica a sua vontade de querer saber mais e mais sobre essa história, quando a mulher Kalunga lhe apresenta a planta Kalunga e relata: *é o kalunga, já peguei esse kalunga, esse aqui é difícil para a gente arranjar o final da raiz dele, eu sempre arranquei ele, mas nunca encontrei o final da raiz dele.*

³⁹ A sussa é uma dança da mulher Kalunga, podendo ser definida como um gênero musical coreográfico, ou seja, inclui um repertório musical, uma forma de tocar e cantar e uma forma de dançar. Os instrumentos usados são o violão, a caixa e a buraca (ou bruaca), que é um caixote de couro, semelhante a um baú. Os músicos se posicionam um ao lado do outro paralelamente, e as demais pessoas formam uma roda dentro da qual as dançadeiras vão ‘rodar’ e ‘peneirar’. A dança da sussa é composta de passos sapateados, que lembra o samba de roda ou uma dança de coco (SIQUEIRA, 2006).

1.3 PESQUISA DE CAMPO JUNTO ÀS MULHERES KALUNGA DA COMUNIDADE VÃO DE ALMAS

Figura 3 – Localização da pesquisa de campo na Comunidade Vão de Almas



Fonte: Elaborado pela autora, baseado no Projeto Cartográfico: Rafael Sanzio Araújo dos Anjos – Centro de Cartografia Aplicada e Informação Geográfica da UnB, baseado no Mapa do Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga de Mari de Nasaré Baiocchi. Ministério da Justiça, UNESCO. 1999.

A pesquisa de campo foi realizada junto a mulheres Kalunga da comunidade Vão de Almas, município de Cavalcante, no território Kalunga. A comunidade se situa a 30 Km da cidade de Teresina de Goiás, sendo 10 Km de rodovia e 20 Km de estrada de terra, entrecortando serras e transpondo córregos e rios. Segundo Baiocchi (1999), a comunidade Vão de Almas se formou por meio de um processo migratório interno ao próprio território, com pessoas vindas das comunidades Kalunga, Saco Grande e Vão do Muleque, que se uniram em alianças matrimoniais. Hoje, a população do Vão de Almas é estimada em 215 famílias (UFG, 2021) que vivem, principalmente, da agricultura e da criação de gado bovino. Ao perguntar às mulheres qual a sua origem, as mesmas remetem às gerações que sempre estiveram naquele

lugar, *eu sou nascida e criada daqui mesmo, minha mãe também é nascida e criada daqui mesmo, a família de nós tudo diretamente é daqui, lugar onde avô e bisavô morava, então eu concordo que todo mundo era desse mesmo lugar.*

A pesquisa de campo foi realizada junto a 12 mulheres, sendo 11 mulheres agricultoras que vivem na comunidade Vão de Almas, e uma mulher que trabalha na cidade de Alto Paraíso com serviços gerais, mas todo final de semana volta para comunidade onde moram seus filhos. A pesquisadora visitou a casa de sete famílias, as roças das mulheres, as capoeiras onde as mulheres coletam coco indaiá, e os rios Almas, Gameleira e Capivara, sendo a área de abrangência da pesquisa representada na Figura 3.

As mulheres entrevistadas produzem diversos produtos da sociobiodiversidade e os comercializam com a marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*. No início de 2022, as mulheres comercializavam 31 produtos embalados e rotulados com a marca, sendo eles: óleo de coco indaiá; óleo de pequi; óleo de tingui; óleo de buriti; óleo de baru; óleo de copaíba; óleo de gergelim; óleo de urucum; azeite de mamona; seiva de baru; seiva de buriti; seiva de jatobá; xarope de craíba; mel de abelha; pimenta de macaco; doce de cajuzinho do Cerrado; raspa de buriti; farinha de baru; farinha de jatobá; farinha de mandioca; polvilho de mandioca; paçoca de gergelim; arroz de pilão; açafraão em pó; castanha de baru; semente de imburana; semente de sucupira; semente de gergelim; resina de angico; rapé; e sabonete de tingui. Além desses produtos, as mulheres também comercializam sem embalagem e rótulo: cagaita congelada ou polpa da fruta; mangaba congelada ou polpa da fruta; cajuzinho congelado (fruto); pequi congelado (fruto); gengibre cru; gengibre em pó; farinha de pequi; paçoca de carne; fava de baunilha; incenso de abelha nativa; doce de buriti; chá de bodinho; pó de algodãozinho do Cerrado; pó do caroço do algodão; pó da casca do jatobá; garrafada para o útero; bruaca (caixa) de couro; tapiti de palha de buriti; quibano (peneira) de palha de coqueiro; novelo de linha de algodão, pano de algodão tecido no tear; e tapetes.

A primeira visita de campo aconteceu em agosto de 2017, porém, é importante ressaltar que a pesquisadora já havia estado na comunidade outras duas vezes, devido a um trabalho de assessoria para a Articulação Pacari, como mencionado anteriormente. A visita foi um momento de aproximação com as mulheres que iriam guiar todo o trabalho de pesquisa: Deusami Francisco da Conceição – Fiota e Dirani Francisco Maia. Elas são vizinhas e comadres, mas de uma casa à outra precisa atravessar o rio Capivara. Os dias passados ali proporcionaram conviver com as famílias de Fiota e Dirani, e principalmente, conhecer a força e a doçura de Dona Amância, mãe de Dirani, parteira da comunidade, que veio a falecer em 2019. No período foi possível acompanhar Fiota e sua nora Jucilene no preparo de xarope de Craíba, mesocarpo

de indaiá e paçoca de gergelim para levarem para a feira do X Congresso Brasileiro de Agroecologia (CBA), que aconteceu naquele ano em Brasília. Já Dirani apresentou à pesquisadora a sua roça e a levou para conhecer melhor a palmeira indaiá e para conhecer um tinguezal, local com muitas árvores de tinguí, cujo fruto é utilizado para fazer sabão. No último dia de visita houve uma reunião na casa de Dirani com a participação de seis mulheres, e nessa reunião, acordou-se a elaboração de um pequeno livro de fotos⁴⁰ sobre a comunidade e apresentação dos principais produtos que as mulheres produzem e comercializam.

Em junho de 2018, a pesquisadora visitou a banca de produtos de Dirani e Fiota na feira do IV Encontro Nacional de Agroecologia (ENA) que aconteceu em Belo Horizonte (MG). Em setembro de 2018, a pesquisadora realizou um segundo trabalho de campo na comunidade com o objetivo de visitar a casa de mais três mulheres do grupo *Mãe de Óleos Kalunga* e captar imagens para a elaboração do livro de fotos acordado previamente. É importante ressaltar que as distâncias entre as casas na comunidade são grandes, necessitando de um dia inteiro de caminhada para se realizar uma única visita. Nesse caminhar, a pesquisadora conheceu muitas plantas pelo olhar e conhecimento de Dirani que guiou toda a pesquisa, com destaque para o encontro com a planta Kalunga, que dá nome ao povo Kalunga, como já descrito anteriormente, e com a baunilha do Cerrado, uma especiaria utilizada por chefs de cozinha da alta gastronomia. Estas visitas alargaram o conhecimento da pesquisadora sobre o modo de vida das mulheres, sobre a dinâmica do seu dia a dia, assim como, conheceu as cozinhas, os terreiros, as águas dos rios, os animais domésticos, o trabalho na roça, o fiar a linha de algodão, o preparo do sabão de tinguí, o azeite de mamona e a farinha de jatobá.

O terceiro trabalho de campo na comunidade foi realizado em agosto de 2019 e teve como objetivo a entrega do livro de fotos às mulheres intitulado “Corpo-Território Mulher Kalunga”⁴¹. O contato das mulheres com as suas imagens foi trabalhado metodologicamente pela pesquisa, e será descrito adiante. O livro foi um fio condutor para o aprofundamento de temas como os afetos do trabalho ao corpo da mulher, a relação com as águas do território, com a estrada, as mudanças climáticas, o contato com os indígenas, a mudança de hábitos alimentares das famílias, entre outros temas que a pesquisa abordou. O livro foi entregue

⁴⁰ A elaboração e publicação do livro foi possível com recursos captados pela Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado.

⁴¹ O livro *Corpo-Território Mulher Kalunga*, com 48 páginas ilustradas, foi organizado por Jaqueline Evangelista Dias e Lourdes Cardozo Laureano, publicado por Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado, Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas (REDE) e Grupo de Pesquisa, Inovação, Sociedade e Eco-territorialidades (GRIST), contando com o apoio da Fundação Heinrich Boll (EVANGELISTA-DIAS, 2019). A tiragem do livro foi de 1.000 exemplares, sendo 800 exemplares distribuídos às mulheres Kalunga que participaram de sua elaboração. O livro foi comercializado pelas mulheres por um valor médio de R\$ 25,00 (vinte e cinco Reais).

pessoalmente pela pesquisadora para sete mulheres da comunidade, sendo este momento registrado em vídeo. A edição do vídeo foi finalizada no início de janeiro de 2021, quando o mesmo foi enviado por WhatsApp às filhas de algumas mulheres, para que o mesmo fosse repassado às mulheres envolvidas e aprovado para divulgação. Quem recebeu o vídeo por WhatsApp só conseguiu visualizá-lo na cidade, pois na época, só havia internet na escola e o sinal não era suficiente para baixar vídeos. Esse processo levou 6 meses até a concordância das mulheres, sendo o vídeo publicado em 16 de julho de 2021, no canal do Youtube, com o mesmo nome do livro: “Corpo-Território Mulher Kalunga”⁴².

Figura 4 – Acesso por QR Code ao livro e ao vídeo Corpo-Território Mulher Kalunga



Livro



Vídeo

Fonte: elaborado pela autora

Em setembro de 2019, a pesquisadora teve a oportunidade de acompanhar em tempo integral a participação de Dirani no “IX Encontro e Feira dos Povos do Cerrado”, em Brasília. No evento, Dirani comercializou uma grande diversidade de produtos da sociobiodiversidade e apresentou o livro ao público presente. O livro foi usado como um catálogo, com o qual Dirani apresentava em fotos a sua comunidade, as plantas, o modo de fazer os produtos e os seus respectivos usos. Cada vez que a Dirani apresentava o livro, acrescentava um ou outro detalhe, e a sua história foi se alargando para a pesquisa. A pesquisadora também fez algumas tomadas de vídeo da participação de Dirani no evento.

Em outubro de 2019, a pesquisadora realizou um quarto trabalho de campo na comunidade com a participação de sua orientadora e coorientador. O objetivo da visita foi o de aprofundar conhecimentos sobre a produção do óleo de coco indaiá e captar imagens

⁴² O vídeo, com duração de 8:43’, tem direção e fotografia de Jaqueline Evangelista Dias, produção da Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado, Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas (REDE) e Grupo de Pesquisa, Inovação, Sociedade e Eco-territorialidade (GRIST), e apoio da Fundação Heinrich Boll (EVANGELISTA-DIAS, 2021).

complementares para a edição de um vídeo específico sobre a produção e comercialização de produtos da sociobiodiversidade, com foco na produção deste óleo. Para isso, foram feitas imagens sobre a palmeira indaiá e a coleta do coco nos ambientes de roça e capoeira, e todo o processamento do coco em óleo, desde a quebra e retirada de suas castanhas, passando pela torra e maceração das mesmas no pilão, chegando à obtenção do óleo apurado na panela. Para a captura das imagens foi requerido o consentimento prévio das mulheres participantes, sendo este consentimento gravado em vídeo, pois as mesmas não sabem ler, e não lhes seria próprio assinar um documento para este fim.

Para finalizar a pesquisa, planejou-se um último trabalho de campo na comunidade, com o objetivo de apresentar às mulheres uma proposta de edição do vídeo sobre o óleo de coco e levantar dados sobre a comercialização dos produtos da sociobiodiversidade. O tema da comercialização ainda não havia sido abordado, e era preciso compreender o seu histórico, espaços de comercialização conquistados, estratégias adotadas, redes de comercialização formadas, o universo online de comercialização, entre outras informações. Porém, em março de 2020, chegou a pandemia da COVID-19, o que impossibilitou a continuidade da pesquisa em campo. Na época, as mulheres não tinham acesso à internet e a comunicação via WhatsApp funcionava apenas para mensagens pontuais enviadas para as filhas das mulheres, que acessavam a internet na escola.

O acesso de visitantes à comunidade foi fechado por causa da COVID-19, sendo que os seus moradores conseguiram receber a vacina contra a COVID-19 em março/abril de 2021. Porém, a pesquisadora só conseguiu receber a segunda dose da vacina em setembro de 2021, ficando apta a viajar para a comunidade em meados de outubro de 2021. Assim, a quinta visita foi planejada para novembro de 2021, porém, neste período a região foi acometida por fortes chuvas, dificultando o acesso à comunidade por causa das condições da estrada de terra. Em dezembro de 2021, a ponte sobre o rio das Almas que dá acesso à comunidade foi levada pela enchente, deixando a comunidade isolada. Esses acontecimentos impossibilitaram a ida da pesquisadora à comunidade para finalizar o trabalho de campo. Entretanto, nesse período foi instalada uma torre de sinal de internet em Teresina de Goiás e no final de agosto de 2021, a internet chegou às casas de algumas mulheres da comunidade. A partir desse momento, a pesquisa prosseguiu via mensagens de áudio de WhatsApp.

O processo de diálogo via WhatsApp também trouxe surpresas à pesquisa, sendo que uma das mulheres com acesso à internet se recusou a responder qualquer pergunta, ignorando completamente as mensagens da pesquisadora. Outra mulher, colocou a condição de sua participação na pesquisa via WhatsApp mediante pagamento em dinheiro, justificando que as

*peessoas estão ficando ricas nas costas dos Kalunga*⁴³. A pesquisadora que já havia informado os objetivos da pesquisa pessoalmente para essa mulher e recebido seu consentimento para realizar a pesquisa, reforçou novamente estes objetivos e lhe explicou sobre a impossibilidade de pagamento por informações. Porém, parte do trabalho de campo referente à captação de imagens para a edição do vídeo sobre a produção do óleo de coco indaiá havia sido realizado na casa dessa mulher. A pesquisadora, então, considerou não mais utilizar essas imagens, mesmo tendo recebido consentimento de uso das mesmas, o que inviabilizou a edição do vídeo como parte da pesquisa realizada junto às mulheres Kalunga.

A pesquisa então prosseguiu via WhatsApp com a participação de três mulheres: Fiota, Dirani e Vanderli. É importante ressaltar a disposição que essas três mulheres tiveram em participar da pesquisa, respondendo prontamente a todos os áudios, repetindo questões que a pesquisadora não entendia, confirmando informações com pessoas mais idosas, fazendo a interlocução com outras mulheres que não têm acesso à internet. A dinâmica entre as mulheres, a pesquisa e o WhatsApp pode ser significada na fala de Fiota: *pode esbiutar o quanto que você quiser que eu respondo*.

1.4 CAMINHOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS TRILHADOS PELA PESQUISA

A aproximação ao referencial teórico da POA se deu, inicialmente, junto às mulheres quebradeiras de coco babaçu, o que constituiu um caminho prévio para a continuidade da pesquisa junto às mulheres Kalunga, e por isso, não foi aqui omitido em descrição. Portanto, a seguir, é descrito como o processo de produção e comercialização do óleo de coco babaçu pelas mulheres quebradeiras de coco dialoga com as ideias da POA e do pensamento visual, e como essas ideias migram para o mundo de vida das mulheres Kalunga. Essa trilha teórica-metodológica, que se inicia com a mulher quebradeira de coco babaçu, foi precursora à compreensão da composição sociomaterial que se forma pela corporeidade que a mulher Kalunga e o seu território entregam à produção e à comercialização do óleo de coco indaiá.

⁴³ A exigência de pagamento para a realização de pesquisa junto às comunidades Kalunga também é relatada na tese de Marinho (2013, p.324).

1.4.1 Diálogo entre a Perspectiva Orientada ao Ator (POA) e o Pensamento Visual

A pesquisa, que inicialmente tinha o objetivo de compreender a formação de mercados para produtos da sociobiodiversidade, tendo como referência cadeias produtivas, se encontra com Dona Dijê⁴⁴, quebradeira de coco babaçu, e mais especificamente com a sua fala, ‘o conhecimento é a realidade que a gente vive’. Esta fala traz para a pesquisa o questionamento do quanto conhecer dados de uma cadeia produtiva é conhecer a realidade de quem produz e comercializa produtos da sociobiodiversidade. Com este questionamento, no percurso acadêmico, a pesquisa se encontra com o referencial teórico da POA, e é apresentada à ideia de “mundo de vida” que, no contexto do desenvolvimento, propõe o conhecimento do que é vivido e o mundo do ator social (SCHUTZ, 1962).

É com essa referência ao premente, à realidade, que a pesquisa olha para o mundo de vida da mulher quebradeira de coco babaçu e encontra um ator social em luta permanente por seu território e por livre acesso à coleta do coco babaçu. O território tradicional das mulheres quebradeiras de coco babaçu tornou-se um ente em disputa a partir da chamada “Lei Sarney”⁴⁵ que, nos anos 70, distribuiu “terras devolutas” a particulares no estado do Maranhão (RÊGO; ANDRADE, 2006). A lei colocou cercas que separaram de um lado a palmeira babaçu e de outro a mulher quebradeira de coco. Para garantir o direito de acesso ao seu território e impedir o desmatamento indiscriminado das palmeiras para a implantação de monoculturas, a mulher quebradeira de coco se organiza e conquista leis municipais nos estados do Maranhão, Piauí, Tocantins e Pará – a “Lei do Babaçu Livre”⁴⁶.

Olhando mais de perto para o mundo dessa mulher, o território em disputa, denominado por “Babaçual”, não é apenas um lugar com alta concentração de palmeiras disponíveis ao extrativismo, e sim, o lugar de biodiversidade da mulher, de sua existência, onde ela encontra frutos, plantas medicinais, onde existe o igarapé, onde tem água, onde ela pesca o peixe. A

⁴⁴ Fala de Dona Dijê, Maria de Jesus Ferreira Brinjela, liderança do MIQCB na Oficina de Intercâmbio de Experiências de Projetos de Arranjos Produtivos Locais apoiados pela Gerência de Agroextrativismo (BRASIL, 2016). Dona Dijê faleceu em 2018.

⁴⁵ A Lei Estadual de Terras Nº 2979, de 17 de julho de 1969, conhecida como “Lei Sarney”, contribuiu muitíssimo para o avanço da pecuária no Maranhão, pois foi a legitimadora da distribuição de milhares de hectares de terras públicas a particulares, sob a alegação da existência de “terras devolutas”. Nisso, a grilagem das terras, associada ao avanço da pecuária, levou as famílias camponesas a uma condição de submissão que culminaria em uma situação de conflito, evidenciando o problema da concentração de terras e da restrição de acesso aos Babaçuais.” (RÊGO; ANDRADE, 2006, p. 48-49).

⁴⁶ A Lei do Babaçu Livre garante o acesso das mulheres quebradeiras de coco às áreas públicas e privadas de ocorrência da palmeira, proíbe ainda o corte da espécie, o uso de pesticidas e a prática de cultivos que prejudiquem o babaçu. Atualmente, são 14 (quatorze) leis municipais nos estados do Maranhão, Pará e Tocantins e uma lei estadual no estado do Tocantins que estão aprovadas, e uma articulação para que se aprove leis estaduais no Maranhão e Piauí (MATOS; *et al.*, 2015).

ideia de mundo de vida faz a pesquisa enxergar a força da territorialidade da mulher, compreendida pelas relações biossociais mantidas com o meio e a multidimensionalidade do “vivido” territorial pelos membros de uma coletividade (RAFFESTIN, 1993). Essa territorialidade da mulher também é sustentada nas ideias de Sack (2013) que a relaciona com o modo que as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significados ao lugar, como declara Maria de Jesus Ferreira Brinjela, Dona Dijê, durante a “Oficina sobre arranjos produtivos locais – APLs de produtos da sociobiodiversidade” (EVANGELISTA-DIAS, 2016): “[...] nós não queremos a terra do fazendeiro, nós não queremos levar terra no corpo, o que nós queremos é entrar, coletar o babaçu para sustentar os nossos filhos, e nós queremos ter o direito de ir e vir, buscar uma coisa que a natureza nos dá de graça, que ninguém plantou e ninguém aguçou”.

Essa relação da mulher com o coco babaçu, com um ente que lhe é ofertado pela natureza, é então compreendida pelas noções da POA com a ideia de “práticas”, sendo a coleta do coco uma interação com o mundo material cheia de significados para mudanças sociais (SCHATZKI, 2001); ou ainda a coleta do coco como o conhecimento resultante de processos de localização e enraizamento da mulher em seu território (ARCE; FISHER, 2007); e como uma ação criativa, relacional e disruptiva de produção de conhecimento para a sua existência (KNORR-CETINA, 2001). As práticas das mulheres em materialidade com a palmeira babaçu se manifestam em diferentes usos no seu dia a dia⁴⁷, desde cobrir a sua casa com as folhas da palmeira (palha), até alimentar o fogo do fogão com o carvão do coco e prover alimento em sua mesa, com o mesocarpo, o óleo e o leite do coco (BRASIL, 2017).

Dentre todas as relações e práticas que a mulher estabelece com a palmeira babaçu, a pesquisa ao olhar para a materialidade que envolve a comercialização das amêndoas do coco babaçu, aciona o referencial da POA para trazer a ideia de “agência humana” que a mulher quebradeira de coco exerce. A agência é aqui compreendida como a capacidade que a mulher possui de criar uma diferença em relação a um estado de coisas ou curso de eventos pré-existentes (GIDDENS, 1989). A comercialização na região era controlada por atravessadores que compram amêndoas do coco babaçu, a preços muito baixos, para abastecer a indústria de sabão no estado do Maranhão (BRASIL, 2017). A agência se expressa quando a mulher

⁴⁷ A palmeira babaçu é utilizada no dia a dia das mulheres quebradeiras de coco para a construção de moradias e móveis (tronco e folhas), para alimentar animais domésticos (folhas), para alimentação humana (mesocarpo, leite da amêndoa e azeite), para fazer sabão (amêndoas), como carvão para fogões caseiros (endocarpo do fruto), para construir áreas de lazer (sombra das palmeiras) e para a confecção de artesanato (folhas e talos) (BRASIL, 2017).

quebradeira de coco se organiza, e em 1991, cria a cooperativa COPPALJ, na perspectiva de agregar valor à sua produção de amêndoas e acessar mercados justos e solidários.

Para atingir esse objetivo, a principal estratégia da COPPALJ foi a implementação de cantinas nas comunidades envolvidas. As cantinas funcionam como pequenas mercearias, onde a mulher troca, quase que diariamente, a sua produção de amêndoas por mercadorias do seu interesse, como arroz, óleo, café, feijão, entre outras⁴⁸. Por intermédio das cantinas, a cooperativa consegue pagar um preço melhor pela amêndoa em relação aos atravessadores, organiza a documentação das mulheres quebradeiras de coco para acessarem políticas públicas⁴⁹, assim como, consegue rastrear a origem das amêndoas, e consequente certificação orgânica do óleo de coco. A relação da mulher com o mercado mediada por cantinas promove o deslocamento do atravessador da relação comercial, ressignifica o dinheiro na relação da troca de amêndoas por mercadorias de interesse da mulher, acessa políticas públicas e alinha o preço da amêndoa para um maior valor de troca. Assim, a agência que a mulher exerce pode também ser compreendida como a habilidade para conhecer e a habilidade para fazer, sendo estas as habilidades que empoderam os indivíduos para gerarem mudanças em estruturas pré-estabelecidas (GIDDENS, 1989).

Porém, é preciso enfatizar que a comercialização só é possível porque há o exercício de uma agência primeira da mulher, aquela que luta por direitos territoriais, pelo livre acesso aos babaçuais, como descrito anteriormente. Nesta perspectiva, segundo Long e Ploeg (1994), o poder de agência é o poder de modificar estados estabelecidos e requer capacidade de organização, o que é demonstrado pela organização social que constitui o MIQCB e que conquistou as leis municipais do Babaçu Livre. Ao situar o livre acesso das mulheres à biodiversidade e mais especificamente ao coco babaçu, a agência também está, segundo Arce e Long (2007), relacionada à capacidade do ator em moldar o seu mundo sociomaterial.

O exercício de agência se manifesta por meio de relações sociais que a mulher estabelece quando luta por seu território, para ter livre acesso aos babaçuais, pela conservação da palmeira babaçu, pela criação e gestão de uma cooperativa e de cantinas nas comunidades. Neste processo dinâmico de relações sociais, a pesquisa incorpora a ideia de “interface” à pesquisa,

⁴⁸ No ano de 2016 existiam sete cantinas na região, que possuíam em média 428 tipos de mercadorias, podendo chegar a 600 diferentes itens. As mercadorias comercializadas nas cantinas são adquiridas pela COPPALJ de grandes redes de distribuidoras, o que proporciona vendê-las para as comunidades por um preço competitivo em relação ao praticado no comércio das cidades próximas às comunidades. (BRASIL, 2017).

⁴⁹ Em 2016, a COPPALJ organizou, por meio das cantinas, a documentação de aproximadamente 2.300 mulheres para acessarem a Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade (PGPM-Bio), o que representou um acréscimo de 192% em relação ao preço pago por atravessadores pelo Kg de amêndoas de Babaçu (BRASIL, 2017).

para compreender como em um território com interesses, valores, poderes e conhecimentos diversos, é possível conduzir a comercialização como uma prática de mudança social (LONG, 2001; ARCE, 2003). Ao incorporar a potencialidade da interface, a pesquisa evidencia não apenas as relações sociais, mas também as relações materiais ali contidas. Ao trazer a perspectiva de relações sociomateriais, a mulher se encontra com a palmeira e lhe redistribui poder de agência, ao considerar a palmeira um ente feminino e provedor, o que é expresso na fala de Dona Francisca, coordenadora do MIQCB:

O babaçu, a importância dele para nós quebradeira é muito grande. É uma importância sem tamanho, sem justificativa, assim dizer, não é apenas um produto, é a vida, a palmeira é uma mãe, é uma mulher, o símbolo de produção dela é igualmente uma gestação de uma mulher [...] ela leva 15 anos para botar um cacho, e esse cacho de coco para começar a cair o primeiro coco, ele leva 9 meses, então por isso, a gente diz: é a nossa mãe, ela tem um ciclo de vida, ela é uma mulher. (Francisca do Nascimento, vídeo conferência publicada na página do Facebook do MIQCB, 12 abr. 2018).

No momento em que a pesquisa se encontra com uma palmeira que também é mulher e mãe, a interface se torna parte do processo de conformação de uma ensamblagem de corpos. A ideia de “ensamblagem” busca a diluição de fronteiras entre seres humanos e não humanos, e propõe a compreensão da realidade em termos de múltiplas materialidades que afetam e são afetadas (DELANDA, 2006). A ensamblagem situa a palmeira babaçu como um corpo, redistribuí agência a esse corpo, e lhe dá singularidade no processo de territorialização da prática de produção e comercialização do óleo de coco (GUATTARI, 2011). Aqui, a pesquisa se aproxima de um mundo de vida que a coexistência entre a mulher e a palmeira não é uma eleição e sim uma condição, o que implica na responsabilidade política do significado desta ensamblagem de corpos (BINGHAM, 2006).

A interface entre a mulher, a palmeira e o mercado, ao incorporar a dimensão política de uma coexistência, se expande à formação de um campo público sociomaterial, aqui denominado por Babaçu-Público. Esse campo público emerge, coexiste e desaparece conforme situações, dinâmicas de conflito, negociações e fluidez, que envolve práticas e materialidades, e inclui o ativo intercâmbio de afetos entre humanos e não humanos (BENNETT, 2010; BLANCO *et al.*, 2016). Ao se aproximar da materialidade desse campo, a pesquisa encontra a mulher sentada no chão quebrando o coco babaçu, manuseando um machado por

aproximadamente seis horas por dia⁵⁰, para a retirada em média de dez quilos de amêndoas do coco⁵¹.

A incorporação dos afetos ao campo Babaçu-Público faz com que a pesquisa se aproxime das ideias do feminismo comunitário, que defende que é o corpo que situa as pessoas no mundo e nas relações sociais e que o seu movimento permite construir um corpo coletivo (PAREDES, 2014). Para a autora, os corpos têm uma existência individual e também coletiva e se desenvolvem nos âmbitos da cotidianidade, da própria biografia e da história da comunidade. Nesse momento, o campo Babaçu-Público é também constituído pelos afetos ao corpo coletivo da mulher quebradeira de coco babaçu, sendo esse corpo um território de existência. Essa dimensão política da vitalidade e dos afetos ao corpo coletivo da mulher alinhava as alianças que constituem o campo Babaçu-Público. A pesquisa que inicialmente pergunta como o coco babaçu se transforma em um produto comercial, agora olha para o mundo de vida da mulher que coleta esse coco e enxerga a corporeidade que ela e a palmeira entregam à produção e comercialização do óleo de coco babaçu.

No processo de se pensar a dimensão política que esse corpo coletivo da mulher quebradeira de coco entrega ao campo Babaçu-Público, a pesquisa também se pergunta se o leitor pode participar desse campo: será que de alguma forma o leitor dá plasticidade a esse corpo coletivo ou é afetado por ele? A pesquisa então passa a incorporar uma perspectiva também orientada ao leitor, considerando-o como um outro ator social, aquele que possui agência manifesta pela subjetividade do que lê. Entretanto, a pesquisa se pergunta se esse encontro pode ser construído apenas por palavras, pelo que se lê. Acreditando que não, a pesquisa provoca o encontro do corpo coletivo da mulher com o leitor também pela imagem e pelo pensamento visual. Esta proposta se sustenta nas ideias de Didi-Huberman (2006) que considera o saber visual como ambiente para problematizar a história, para compreender onde a imagem nos toca. O autor ao considerar a imagem como ato e processo, dissociando-a da condição de objeto, valoriza a relação do sujeito com a imagem – “o inquietar-se diante da imagem”.

⁵⁰ Para a quebra manual do coco babaçu, a mulher senta-se no chão, posiciona o coco na lâmina cortante de um machado apoiado também no chão e, com o auxílio de um macete (pedaço de pau), bate várias vezes sobre o coco, até a sua quebra, para a retirada de 4 a 5 amêndoas localizadas no interior do coco.

⁵¹ Em 2022, a COPPALJ conseguiu pagar o valor de R\$ 4,00 por Kg de amêndoa de Babaçu, sendo este valor bem acima do praticado por atravessadores. O valor pago pela Kg de amêndoa pela COPPALJ, significa que a mulher quebradeira de coco babaçu recebe em média R\$ 40,00 por dia, pela jornada de 6 horas de trabalho sentada no chão quebrando o coco babaçu, sendo que neste valor não está incluso o número de horas necessárias para a coleta do coco nos babaçuais, atividade realizada antes da quebra. Informação obtida @coppalj, em 30 de março de 2022.

Nesse caminho teórico-metodológico, a pesquisa busca imagens que possam materializar o campo Babaçu-Público, e assim, incorporar a subjetividade do olhar do leitor. Ao identificar os produtos da empresa The Body Shop elaborados com o óleo de coco babaçu⁵², a pesquisa depara-se com o produto “Amazonian Therapy”, descrito como um bálsamo “ultra hidratante da pele” indicado para uso em tatuagens. A campanha publicitária do produto é protagonizada pela imagem de uma jovem mulher de corpo tatuado. Nesse momento, compõe-se uma montagem de imagens, interrelacionando a palmeira, uma jovem quebradeira de coco e o mercado, representado pela peça publicitária da jovem mulher tatuada (Figura 5). Essa montagem é induzida por Didi-Huberman (2006), que diz que é, especialmente, no processo de montagem, quando as imagens são colocadas em relação uma com as outras e em função do movimento gerado por este gesto, que se provoca o estado relacional do pensamento visual.

Figura 5 – Montagem imagética: palmeira babaçu, mulher quebradeira de coco babaçu e mercado



Fonte: elaborada pela autora. Adaptado de The Body Shop (2019)

A montagem permite que, num primeiro momento, as imagens se aproximem pela afinidade de tons verde-azul presentes nos três entes femininos. A mulher-mercado corporifica

⁵² Produtos cosméticos elaborados com o óleo de babaçu e comercializados pela The Body Shop no Brasil: Bálsamo Multifuncional Amazonian Therapy; Leite Hidratante Moringa; Óleo de Barbear de Cedro e Sálvia; Espuma De Limpeza Facial Drops of Youth; Máscara de Tratamento 2 em 1 para Olhos Drops of Youth; Drops of Youth Emulsão Antipoluição Fps 20; Sérum Concentrado para Contorno dos Drops of Youth e Creme Hidratante Facial Drops of Youth. (THE BODY SHOP, 2019b).

a natureza em tatuagens, traz o pote do produto “Amazonian Therapy” (óleo de coco babaçu) junto ao seu peito e olha para frente. A jovem quebradeira de coco olha para baixo, para a responsabilidade de seu trabalho, mas também possui uma tatuagem na mão direita, a mão que segura o coco junto à lâmina do machado, corporeificando subjetividades outras. A palmeira se destaca do babaçual, altiva pelo contraste de suas folhas verdes no azul do céu, e como um retrato, omite possíveis ações que estão fora do quadro (da fotografia). O pensamento visual provocado pela montagem dos três entes femininos, entre outros gestos, traz à pesquisa uma certa inquietação política ou até uma certa indignação, ao se questionar sobre como o desenvolvimento atravessa os corpos ali presentes.

É com esse gesto de inquietude que a pesquisa quer alcançar o leitor, talvez, num primeiro momento, com a ideia de afeto ao corpo da mulher, porém, Sontag (2003) adverte que a imagem de sofrimento pode despertar a solidariedade, e esse sentimento, despertar a falta de cumplicidade de quem olha, a sua inocência e impotência. A autora considera a necessidade de o leitor colocar a solidariedade de lado, e refletir sobre o modo que os seus privilégios se situam no mesmo mapa do sofrimento do outro, sendo que as imagens dolorosas fornecem apenas uma centelha inicial para isso. Já Didi-Huberman (2017) afirma a necessidade de fazer da “dor”, e logo, da história e das emoções que a acompanham, bens comuns, partilháveis e transmissíveis, sendo a transmissão o meio para a resignação diante de impasses de entendimento.

Ao considerar as ideias de Sontag e Didi-Huberman, a montagem das imagens quer provocar afetos ao leitor que vão além de uma inquietação ou sensibilização sobre as condições de trabalho da mulher quebradeira de coco, ou sobre os conflitos territoriais vividos, ou ainda, sobre a degradação ambiental dos babaçuais. A ideia é colocar o leitor como ator social e posicioná-lo como consumidor que possui agência na interrelação entre a produção e o consumo de um produto da sociobiodiversidade. Nesse momento, com a participação do leitor, a pesquisa aprimora uma pouco mais a sua questão, perguntando como os gestos, as escolhas de um consumidor, influenciam a corporeidade de um produto da sociobiodiversidade?

Na sequência, a pesquisa também se aproxima das mulheres quilombolas Kalunga, da comunidade Vão de Almas, que produz o óleo de coco indaiá e o comercializa de forma direta em circuitos curtos, como descrito anteriormente. Num primeiro contato, ao acessar as ideias da POA, a noção de campo público sociomaterial não é aplicado ao mundo de vida das mulheres Kalunga. Diferentemente das mulheres quebradeiras de coco babaçu, a mulher Kalunga não está em luta permanente por seu território; a palmeira indaiá, na comunidade, não está ameaçada pelo desmatamento; não há a figura do atravessador entre a mulher Kalunga e o mercado; não há a gestão de uma cooperativa ou mesmo associação para comercializar o óleo de coco; não

há acesso a políticas públicas direcionadas à comercialização; e a mulher Kalunga não está organizada em um movimento social. A pesquisa considera então analisar não um campo sociomaterial, mas uma composição sociomaterial emergente que se forma para a produção e a comercialização do óleo de indaiá. Esta composição tem como foco a ensambagem dos corpos da mulher Kalunga, da palmeira indaiá, do território, e do território expandido ao mercado, aqui denominada por Corpo-Território Mulher Kalunga⁵³.

Figura 6 – Ensambagem de corpos com o tempo



Fonte: elaborado pela autora

Seguindo a proposta metodológica de se pensar por meio de imagens, a composição Corpo-Território Mulher Kalunga se inicia, como na montagem anterior das quebradeiras de coco babaçu, pela centralidade da imagem da mulher Kalunga na interrelação com palmeira e

⁵³ O termo “Corpo-Território”, como já descrito, tem origem no feminismo comunitário, desde uma perspectiva decolonial de combate à violência histórica do patriarcado sobre a mulher (CABNAL, 2010). Cabnal não defende o território apenas como aquele que provê recursos naturais para uma vida digna e para as futuras gerações, e assume a recuperação de um corpo de mulher expropriado, para gerar vida, alegria, vitalidade, prazeres e construção de saberes libertadores, junto à defesa da terra território, porque, para a autora, não há como conceber o corpo da mulher sem um espaço na terra que dignifique a sua existência e promova a sua vida em plenitude. Já ideia de ‘Corpo-Território’ que foi sendo desenhada pela pesquisa, considera uma ensambagem entre os entes viventes em um território, como os humanos, as águas, as plantas e os animais. Um corpo que é extensão do território, que se alarga ao território, mas também que é ‘adentrado’ por ele.

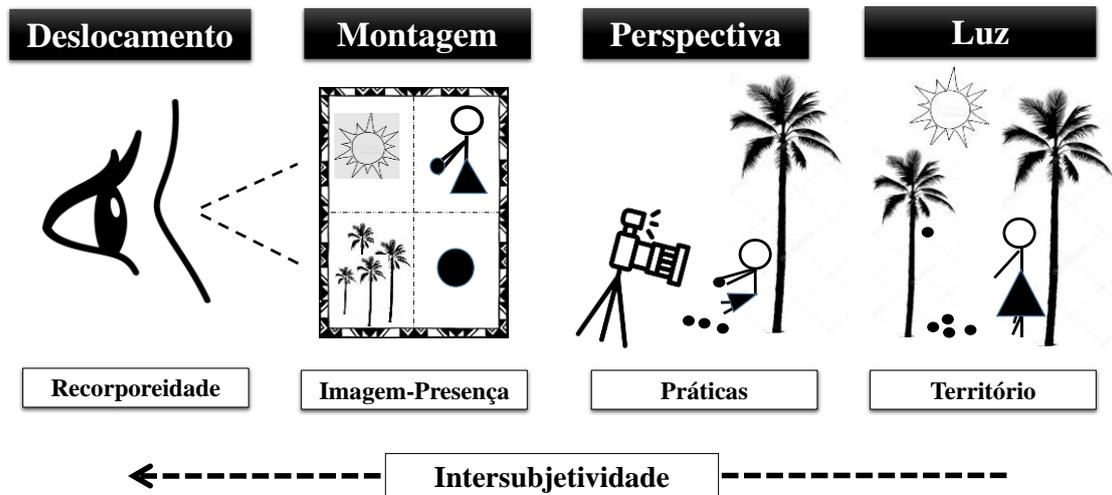
o mercado. A imagem geradora da ensamblagem corporal apresenta a mulher Kalunga sentada no chão quebrando o coco indaiá com uma pedra de aproximadamente três quilos na mão (Figura 6). Na imagem, o rosto da mulher está encoberto pelo movimento da pedra, e a força imagética desse gesto faz com que a pesquisa compreenda que aquela imagem por si só já é a composição da ensamblagem corporal que procura. A pesquisa compreende que aquele corpo sem rosto contém três entes (mulher, palmeira e mercado) e que a ensamblagem ali é de um corpo coletivo com o tempo. A imagem interroga a pesquisa sobre a luz do presente do gesto daquele corpo, da memória que esse gesto convoca e do futuro que carrega (DIDI-HUBERMAN, 2011). O pensamento visual proporcionado por esta imagem foi o definidor pela continuidade da pesquisa junto às mulheres Kalunga, sendo que, naquele momento, a pesquisa conhecia muito pouco daquele corpo com o rosto encoberto pela pedra que quebra o coco indaiá.

1.4.2 Perspectiva intersubjetiva como proposta metodológica para a narrativa visual

O caminho teórico-metodológico trilhado a partir das noções da POA, junto ao mundo de vida das mulheres quebradeiras de coco babaçu, foi precursor à proposta da composição sociomaterial Corpo-Território Mulher Kalunga. Este processo também apontou para a possibilidade do diálogo entre as ideias da POA e o pensamento visual para que o leitor fosse incorporado à pesquisa. Em continuidade, a pesquisa junto à mulher Kalunga estabelece aproximações criativas à sua vida e ao seu território, considerando subjetividades e disposições afetivas. Nesse sentido, propõe-se a elaboração de uma narrativa visual com foco no modo de vida da mulher Kalunga, olhando para a vida vivida por seu corpo – corpo que produz e comercializa o óleo de coco indaiá.

O desafio colocado à elaboração dessa narrativa visual é o de mediar as subjetividades expressas pela mulher Kalunga e pelo território por meio do olhar da pesquisadora no momento da produção da imagem. Esta mediação é precursora da intersubjetividade que uma imagem possa gerar quando a mesma é materializada pelo olhar de quem a vê. Para Deleuze e Guattari (1995), a intersubjetividade se refere a alianças formadas na interface em que entidades, “reais” ou não, constituem-se, reconstroem-se e desmantelam-se ao cruzar os limites umas das outras para constituir novas individualidades, que, sejam linguísticas ou corpóreas, são capazes de gerar um potencial ou um grau de poder. Na perspectiva de que a intersubjetividade gerada pelo olhar possa provocar agência, e que essa se materialize em afetos ao leitor, a pesquisa se orienta por uma trilha metodológica visual (Figura 7).

Figura 7 – Trilha metodológica para a narrativa visual



Fonte: elaborada pela autora

O percurso visual da pesquisa junto à mulher Kalunga se orienta, inicialmente, pelas ideias de Uno (2012), que instiga a busca dos movimentos do corpo, e pelas ideias de Tim Ingold (2015) que propõe a busca do corpo em movimento. Uno traz a gênese de um corpo por meio da dança e nos instiga ao questionamento sobre o que é um corpo, ou ainda, o que é a vida vivida pelo corpo. Já Ingold propõe “que cada ser é instanciado no mundo como um caminho de movimento ao longo de um modo de vida” (2015, p. 26). O encontro da pesquisa com a imagem busca materializar os movimentos que sustentam o compromisso de vida que a mulher Kalunga assume com o seu território. O corpo da mulher Kalunga sabe agir para colher os oferecimentos do território para a sua existência e de suas filhas e filhos. Tudo que a mulher provê para dar vida, como o alimento que ela planta na roça, a água que busca no rio, a energia da lenha catada no mato, o sabão de tinguí para o banho, o remédio caseiro, o pano tecido no tear, a devoção à Nossa Senhora da Abadia, a dança da sussa, são movimentos do seu corpo e seu corpo em movimento pelo território.

A pesquisa também busca uma estética para as imagens desse corpo mulher Kalunga que se movimenta e ensambla com o território para o prover vida. Esta estética se sustenta nas ideias de Rancière (2005, p. 13), que defende a arte como “um modo de articulação entre maneiras de fazer, formas de visibilidade dessas maneiras de fazer e modos de pensabilidade de suas relações, implicando uma determinada ideia da efetividade do pensamento”. O autor identifica a arte no singular, desobrigando-a de toda e qualquer regra específica, fundando sua autonomia e identidade de formas com as formas pelas quais a vida se forma a si mesma. Com essa noção de arte, a produção de imagens é mediada por rupturas paradigmáticas e objetiva a compreensão relacional entre os constituintes da vida da mulher Kalunga e do território,

visibilizando a agência dos humanos e dos outros entes que vivem no território (BLANCO *et al.*, 2015).

Para iniciar essa trilha visual, a pesquisadora é desafiada a compreender a luz que incide sobre o território, quando a mesma se encontra com a paisagem e a mulher Kalunga. O posicionamento relacional da pesquisadora com a luz conduz às escolhas do seu olhar (ROSSINI, 2009) e a sua interpretação da luz produz o espaço, enquanto espaço concebido, percebido e vivido (LEFEBVRE, 1974). Num primeiro momento, é como se a paisagem e a mulher Kalunga posassem para a fotografia. Porém, esse posar provoca o relato de uma primeira aproximação etnográfica que se situa ainda num estado de espera, como se as imagens fossem amadurecer e ganhar vida própria (significação). Nesse momento-relato, ainda não há uma compreensão sobre o que a pesquisadora quer das imagens e o que quer de si com as imagens. Ou, como para Comolli (2015), as imagens não se deixam compreender facilmente, e o seu poder tem a ver com a sua reserva de enigma e de significação.

Na sequência, a vivência da pesquisadora na comunidade busca a luz da perspectiva dos movimentos do modo de vida da mulher Kalunga. Essa perspectiva é pensada como imagem da arte-mulher, como uma forma de estar no mundo, em função das relações que ela cria dentro de um mundo de vida específico, já que a arte reside justamente em produzir relações com o mundo, em materializar suas relações com o tempo e o espaço (BOURRIAUD, 2009). Segundo a teoria materialista de Lefebvre, a corporeidade e a imaginação são elementos centrais das relações dos seres humanos entre si por meio de suas atividades e práticas (SCHMID, 2012). A narrativa visual dessa perspectiva é orientada pelas imagens das práticas e de conhecimentos incorporados – daquilo que a mulher produz para a sua existência.

Em um terceiro momento, o pensamento visual é orientado pela montagem das imagens materializadas, colocando-as em relação e estabelecendo conexões, sendo a narrativa visual a costura dos sentidos-movimento da mulher Kalunga em seu território. Essa relação de uma imagem com as outras visa potencializar o movimento existente em cada uma e criar um movimento conjunto das mesmas – uma imagem-presença em movimento. Esta montagem é orientada por uma escuta visual da pesquisadora, ao identificar as marcas nos causos ou nas falas da mulher Kalunga. Essas marcas também revelam os movimentos interdependentes (ou causal) do território, que, pode se apresentar provedor, desafiante, rude, protetor, condutor, surpreendente, afetivo, espiritual. É no momento da montagem, que a pesquisa espera perceber a presença relacional do território, em forte interface com o corpo da mulher.

A escolha das fotos pela pesquisadora para compor a montagem passa por um exercício de presença-ausência: a imagem que não foi vista pela pesquisadora, mas está viva na fala da

mulher Kalunga; a imagem que foi vista, mas não foi sensibilizada na câmera e paira na nuvem do pensamento da pesquisadora; o detalhe que não foi valorizado e que vive; a imagem no limite da técnica fotográfica; a surpresa da imagem inesperada que se apresenta na revelação; a brincadeira das imagens entre a perspectiva e a expectativa da pesquisadora. A montagem torna-se um momento de agenciamento das imagens, um ente que se individualiza e se entrelaça pela narrativa do pensamento visual. Ao incorporar intersubjetividade à pesquisa da vida social das coisas e das pessoas, a imagem se torna um ente e desloca-se para esse espaço intersubjetivo da montagem, mediada pelo olhar da pesquisadora.

Na sequência, a pesquisa apresenta a montagem ao leitor e a narrativa visual ganha mais um momento-movimento interdependente aos já desenvolvidos anteriormente: a recorporeidade de gestos. A recorporeidade de gestos é compreendida aqui como pensamentos-agenciamento que a imagem pode provocar no leitor, quando o deslocamento dessa imagem corta e liga o visível ao invisível e articula o mostrar e o ocultar (COMOLLI, 2015). Para o autor, o mostrar estaria subordinado ao gesto de ocultar, e nesse jogo duplo, a imagem articula um fora de campo (da fotografia) prenhe de possibilidades. O leitor absorve o deslocamento da imagem (objetividade), entrega seu olhar à intersubjetividade na montagem e participa da recorporeidade de gestos à composição Corpo-Território Mulher Kalunga.

Nesse exercício metodológico de intersubjetividade, a pesquisa também incorpora a mulher Kalunga como leitora de sua imagem. Interessa aqui compreender a recorporeidade de gestos à mulher pelo olhar da própria mulher observadora de seu corpo: o que é o seu corpo e o que pode o seu corpo. Um exercício de interagir com a própria imagem, com a imagem de seu corpo, sendo o corpo o seu lugar do olhar (DUBOIS, 2004). Para provocar essa recorporeidade, a pesquisa apresenta à mulher Kalunga o livro de fotos “Corpo-Território Mulher Kalunga” e registra esse momento em vídeo, como já descrito anteriormente (Figura 4).

Após o encontro das mulheres com o livro, a pesquisadora compreende um pouco mais sobre o que esperar das imagens. Nesse momento, a mulher Kalunga si olha e si mostra, partilha afetos da vida vivida por seu corpo e recorporeifica sua história em consonância com a sua oralidade. Nesse exercício do olhar, a intersubjetividade se expande a outros entes do território, atribuindo valor político à relação da mulher com a palmeira indaiá, o rio, a estrada (BLANCO *et al.*, 2015). Foi por meio do exercício da intersubjetividade que a pesquisadora compreendeu que a imagem pode se potencializar até se esvaziar para criar uma nova individualidade. A mulher Kalunga após receber o livro, folhear suas páginas, olhar, interagir, se emocionar, diz: *- eu queria era saber ler!*

2 MULHER KALUNGA, PALMEIRA INDAIÁ E TERRITÓRIO

Há relatos que na *época dos antigos* todo o alimento era proveniente da roça, *não tinha esse negócio de viajar para comprar as coisas*. Porém, naquela época, em alguns anos chovia muito forte, por vários dias seguidos, e a enchente invadia e inundava as roças. As plantas ficavam submersas por um longo período, *a mandioca pubava, o arroz acabava*, toda a produção estragava e as famílias ficavam sem ter o que colher e o que comer. Quando isso acontecia, muitas vezes, a principal fonte de alimento era a palmeira Indaiá que produz coco o ano inteiro. Então, as famílias para sobreviverem, comiam *angu*¹ feito com o mesocarpo e o óleo do coco. O mesocarpo, chamado de *dendê do coco*, é a polpa que fica entre o caroço interno (endocarpo) e a casca externa do coco.

Essa relação de existência que emerge entre a palmeira Indaiá e o povo Kalunga parece ter sido possível pelo estabelecimento de uma aliança das mulheres com o seu território. A mulher Kalunga aprende desde menina, principalmente com a mãe, a fazer o dendê e o óleo do coco. Para compreender essa aliança, a pesquisa mobiliza a ideia de *ensamblagem* que, segundo Arce e Charão-Marques (2021, p. 44), envolve um conjunto de “interatores” - conexões entre gentes, coisas e entidades,² que interacionam no surgimento de novas corporalidades para compor o mundo no qual existimos. A *ensamblagem*, como referencial teórico para o caminho metodológico, abre a possibilidade de identificar a corporeidade que a mulher, a palmeira e o território entregam ao óleo de coco, sendo uma forma de aproximação ao seu quem.

Partir de uma *ensamblagem* corporal para conhecer o óleo de coco coloca o desafio de se pensar, primeiramente, o corpo da mulher que faz o óleo: O que pode esse corpo? Uno (2012) defende que a realidade dada pelo corpo rompe com a significação, o pensamento e a narração, trazendo o questionamento sobre qual é o lugar que o corpo ocupa em nossas vidas. O autor nos incita a descobrir o corpo como sujeito indivisível, inseparável da pessoa, porém, que não se submete inteiramente ao olhar e ao pensamento, não sendo uma coisa, nem uma ideia, mas o que faz existir uma coisa e uma ideia para nós, e no caso, o corpo da mulher que faz existir o óleo de coco.

¹ Angu é um preparado feito ao fogo, geralmente com fubá (farinha de milho), água e sal. No caso do povo Kalunga, o angu é feito com a farinha do mesocarpo do coco indaiá, água, óleo de coco indaiá e sal.

² Para Arce e Charão-Marques (2021, p. 44), “coisas” podem ser mercadorias, objetos, artefatos, já “entidades” incluem fenômenos que emergem independentemente dos atores sociais, como energia, luz solar, nuvens, plantas, animais domesticados ou não, rochas e minerais, formas paisagísticas e, eventualmente, expressões sobrenaturais.

Figura 8 – Imagens mediadoras do Corpo-Território Mulher Kalunga



Fonte: elaborado pela autora

Para se aproximar da realidade desse corpo, a metodologia busca a imagem do movimento do corpo da mulher e de seu corpo em movimento pelo território, na perspectiva de se evitar submetê-lo ao enquadramento objetivo do olhar e do pensamento, como alerta Uno (2012). Nesse propósito, seis imagens se apresentam como mediadoras da pesquisa (Figura 8), sendo elas: a estrada que atravessa a vida da mulher; a casa da mulher que se estende afora; os

trieiros que a mulher percorre; o mimetismo da mulher com o seu território; a feitura do óleo de coco pela mulher³; e por último, a coexistência entre a mulher e a palmeira indaiá. Após o encontro com estas seis imagens, as mesmas são colocadas umas em relação às outras, num processo de montagem, provocando o pensamento visual que conduz a narrativa da pesquisa.

A primeira imagem mediadora está na estrada, no primeiro contato da pesquisadora com o território Kalunga, quando ruma para a comunidade Vão de Almas. Durante a viagem, na paragem do *Pouso do Padre*, no alto de uma serra, a pesquisadora encontra-se com a luz relacional⁴ de um imenso vale - Vão, que conduz seu olhar ao horizonte, ao perder de vista. Nesse momento, se sensibiliza a fotografia precursora da pesquisa, aquela que se apresenta primeiro, que possui ampla profundidade de campo⁵, onde toda a paisagem está em foco, e por isso, um momento-movimento contemplativo que se abre a diversas possíveis questões de pesquisa: ao desconhecido de um território para se conhecer um óleo.

Após *apear* da estrada, a pesquisadora chega à casa da mulher Kalunga, e ali, ao procurar a luz que irá lhe guiar, se depara com a claridade intensa que penetra por portas e janelas, e que provoca sombras e contrastes em paredes de adobe⁶, alargando pessoas e coisas. Olhando de fora para dentro, o iluminador-sol coloca a mulher em contraluz, mostrando apenas sua silhueta em movimentos no interior da casa. Ao olhar de dentro para fora, a luz externa dura⁷ faz o olho recuar novamente para dentro. Nesse momento, a pesquisadora não consegue se posicionar em relação à luz, enxerga uma complexidade que paralisa. Porém, numa manhã bem cedo, ao se aproximar do rio Capivara, ela se depara com uma luz amarela, difusa e definidora da continuidade da pesquisa. A imagem que se mostra é de uma jovem com uma bacia cheia de vasilhas na cabeça, para serem lavadas no rio, e nesse momento, a pesquisadora compreende que a luz que procura está na casa da mulher que se estende afora. Esta é a segunda

³ A imagem da feitura do óleo de coco indaiá é decomposta em seis fotografias sequenciais que envolvem esta prática.

⁴ O termo fotografia quer dizer escrever com a luz. As imagens captadas pela pesquisa têm como fonte de luz o sol, a luz ambiente. A luz se propaga em linha reta e possui três variáveis básicas: direção, natureza (dura ou difusa) e intensidade. Estas variáveis da luz em relação ao posicionamento da câmera (pesquisadora) irão determinar a força performativa da cena materializada em imagem (MOURA, 2005).

⁵ Profundidade de campo é a extensão da área de nitidez de uma determinada imagem, isso é, a área que se situa entre o fotógrafo e o plano de focagem e para além do plano de focagem e que se apresenta nítida (ROLLO, 2018).

⁶ As paredes das casas são construídas com tijolo de adobe. Os tijolos são feitos com a terra do local, retirada próxima aonde se vai construir. A terra é molhada com água e amassada com os pés, sendo essa mistura colocada em formas de madeira, no formato retangular de um tijolo. Em seguida, os tijolos são desenformados e deixados ao sol para secarem. O buraco resultante da retirada da terra, geralmente, é utilizado para se colocar lixo e coberto com terra, até ser totalmente preenchido.

⁷ A luz dura recebe esse nome por gerar uma sombra bem marcada, com um contorno fácil de distinguir, e um nítido contraste entre a luz e as sombras. Ela é ocasionada quando a luz incide diretamente sobre o objeto fotografado. Em um dia ensolarado, sem nuvens, o sol projeta exatamente esse tipo de iluminação (DOURADO, 2021).

fotografia orientadora da pesquisa. Ela traz um plano aberto ao território, aberto a possíveis questões de pesquisa, porém, com a mulher em primeiro plano. O foco da imagem está no corpo da mulher fazedora de óleo, que emerge do movimento de uma luz relacional refletida nas águas do rio, do território.

Na sequência, a pesquisadora continua por *trieiros*⁸, quando sai da casa estendida e segue a mulher pelos caminhos do seu dia a dia. Os trieiros levam à roça, à coleta de plantas, para a *panha* da lenha, para buscar uma criação, para visitar alguém, entre tantas outras possibilidades. Foi principalmente no caminhar por trieiros que a mulher Kalunga contou à pesquisadora sobre o seu trabalho, sobre as festas, sobre os usos das plantas, sobre o clima, as suas histórias de vida. A fotografia mediadora desse momento é da mulher coletando uma planta medicinal, a *poaia de menino*, num plano fechado, de detalhes, quando o olhar se aproxima de seu conhecimento. O quadro da imagem contrasta a mão da mulher no primeiro plano, quando a mesma apanha a planta, com o seu pé (des)colorido de poeira do chão branco, no segundo plano, materializando a existência de um conhecimento-movimento sobre o território avistado e percorrido.

Após percorrer trieiros e se aproximar de conhecimentos, a pesquisadora (re)vê a mulher com um olhar acrescido. A pesquisa, então, se liberta da imagem do detalhe, da dicotomia entre mulher e conhecimento, e abre novamente o plano da imagem para enxergar os contornos de um corpo-conhecimento que se expande e se contrai no território. Esse movimento está na não-estabilidade de um corpo que dança sussa desde menina; que vivencia as estações do ano: o corpo do tempo das águas e o da seca; e um corpo de práticas para a existência, onde tudo que a mulher sabe é com o *sentido* do costume e do gostar de fazer. Esta imagem movimento está em Dona Amância, parteira, de aproximadamente 70 anos, que caminha rumo à sua casa, e o seu corpo-contorno de roupas, acessórios e adornos contrasta como floração sobre a vegetação ‘seca’ do Cerrado. É a partir desse momento mimético que a pesquisa internaliza, se aproxima um pouco mais, do que possa vir a ser uma ensambagem corporal.

Em continuidade à descoberta desse ‘corpo-território’ e direcionando-o para a feitura do óleo de coco, a pesquisa se propõe a retratar as práticas relacionadas, que vão desde a coleta do coco no pé da palmeira Indaiá até o óleo vivo apurado na panela. Para esse registro, a imagem do fazer óleo é decomposta em seis retratos sequenciais, pois tudo tem a sua *perícia* e *o seu tempo*. A luz das imagens é dura, a luz que preenche os horários da lida da mulher, muitas vezes, com o sol a pino. As imagens estão em preto e branco, pois segundo Dona Brasilina, é

⁸ Trieiros são caminhos estreitos que existem na comunidade, que ligam diversos pontos, como casas, locais de travessias dos rios, acesso às roças e assim por diante. O tema ‘trieiros’ será aprofundado pela pesquisa.

um momento que ela se encontra *cinzenta*, sem estar *arrumada* para sair na fotografia. Os registros-retrato trazem a mulher em primeiro plano, preenchendo todo o quadro da fotografia, porém, o enquadramento e as linhas de movimento se direcionam a responder a pergunta de Uno (2012): o que pode esse corpo? As fotografias têm a pretensão de (re)tratarem as habilidades e a força do corpo da mulher, porém, têm também a pretensão de incitar à humanização dos afetos a esse mesmo corpo.

Por último, com o óleo de coco pronto e envasado, a pesquisa se volta para a palmeira, para a corporeidade que a mesma entrega ao óleo de coco. Neste propósito, a imagem, novamente, fecha o plano da fotografia para focar a aliança espaço-temporal de ancestralidade entre a palmeira Indaiá e a mulher Kalunga. A imagem apresenta a ideia de passado em ‘esqueleto’ de um cacho de coco que já ofereceu seus frutos ao território, de um presente pela frutificação de um cacho de coco vigoroso que está amadurecendo, que em breve irá *debulhar*⁹ e, jogar seus frutos a um futuro de existências. Um futuro de frutos que faz com a que a mulher não corte o pé da palmeira e os animais silvestres, roedores do coco, dispersem suas sementes. Nesta perspectiva, a corporeidade da palmeira é percebida em intencionalidade de prover o seu fruto (coco) a agenciamentos que lhe garantam a preservação da espécie. Na imagem, a mulher Kalunga estende o movimento de sua mão a essa aliança ancestral e a pesquisa sustenta que a corporeidade da palmeira é a expressão de sua territorialidade cooperativa com a mulher Kalunga para coexistirem naquele lugar.

⁹ A expressão *debulhar coco* se refere quando os cocos do cacho da palmeira estão maduros e caindo no chão.

2.1 ESTRADA VÃO: UM ENTE QUE ATRAVESSA A VIDA DAS MULHERES KALUNGA

Figura 9 – Encontro com o território Kalunga



Fonte: elaborado pela autora

O primeiro contato com o território Kalunga se dá pela percepção da estrada, como um ente que atravessa a vida das mulheres, cheio de histórias. O trajeto da pesquisadora parte da cidade de Cavalcante, passa por Teresina de Goiás, segue a rodovia GO-118, e após 20 Km, entra à esquerda numa estrada de terra, em direção à comunidade Vão de Almas. Ao subir uma grande serra, é preciso parar para olhar, é o alto da serra do Pouso do Padre, parada pouso do olhar, uma vastidão que só sabe entrar – a luz. É uma imensidão que traz divisas: *a gente vindo de Cavalcante, aí tem a serra, quando a gente chega bem no meio da serra, aí eu sinto que está dividido, prá lá é Cavalcante e prá cá é Vão de Almas, a gente já sente que a gente tá no interior da gente*. E é à procura desse ‘interior’, dessa ‘divisa’, que a pesquisadora vê lá de cima da serra o rio das Almas e a estrada que avançam entre tudo que é chão.

A inauguração da estrada¹⁰, em 2010, transforma o ir e vir Vão de Almas-cidade, pois o que era *vencido a pé* ou no *lombo do animal*, agora ganha motor. Mas não é qualquer motor, precisa ser tracionado para transpor a serra. A estrada, em 2020, ganhou ponte sobre o rio das Almas, rio que passa na cidade de Cavalcante e corre em direção à comunidade. Porém, no final de 2021, com o grande volume de chuvas que caiu sobre a região, as águas levaram a ponte, *aqui tá chuvoso muito, aqui dentro do Kalunga, e a ponte daqui do Vão de Almas decaiu uma beira, agora nós tava tão alegre, que a ponte saiu, agora tá parado de passar os trânsitos, de nós aqui, não tá passando, nós tamo ilhado*. Assim, para chegar à comunidade, nos meses de seca, em determinado ponto da estrada, o rio se espraia sobre as pedras, e possibilita a sua transposição, e na época das águas, a travessia continua sendo feita em canoas. Essa tração/transposição necessária ao ir e vir remete ao adentro e o afora do território, ao antes e ao depois da estrada e da ponte.

As histórias de vida contadas pelas mulheres quando não havia estrada são muitas, principalmente sobre os apuros. Dirani conta que em um festejo na casa do seu sogro, o *Velho Justino*, que fazia festa todo 19 de março, ao final do dia, já com pouca luz no céu, e calor muito intenso, precisou buscar água para banhar o filho bebê, e na beira do Capivara, foi ofendida por uma cobra – *a bocarra*. Ela sentiu seus dentes sangrarem, tomou contraveneno – remédio do lugar, e no início do outro dia, ainda escuro, rumou no lombo do animal para a cidade de Monte Alegre (GO), *saímos daqui cedo, nós saímos 5 horas da manhã, fomo chegar lá 5 horas da tarde, lá atrás da serra, prá modo ir para Monte Alegre, que era o lugar mais fácil, mais perto, de ter a saída*. Foram doze horas de estrada e hemorragia, para enfim, Dirani tomar o soro antiofídico.

A maternidade também possui uma relação muito próxima à estrada. Márcia conta que em 2007, quando engravidou do seu primeiro filho, as mulheres já faziam pré-natal na cidade de Cavalcante e não mais davam à luz pelas mãos de parteiras. Para isso, precisou ir oito vezes para a cidade, grávida, a pé, para fazer o pré-natal, e se recorda das dores intensas nas costas e os pés que ficavam inchados em função da duração e condições da viagem.

Ela ia a pé, porque nesse tempo, nem cavalo nós tinha, o cavalo era só prá botar a carga, entrava aqui por essa serra da Ema, que não tinha rodagem, só tinha estrada cavaleira, para pegar o carro lá na beira do asfalto, nós saía daqui umas 5 horas da manhã, chegava lá uma hora, porque tinha hora que ia descansando, com a barriga grande, né (Entrevista com Dirani, mãe de Márcia, mensagem de áudio de WhatsApp, 22 fev. 2022).

¹⁰ A construção da estrada de terra que dá acesso à comunidade Vão de Almas se iniciou no ano de 2009 e demandou aproximadamente 12 meses de obra. A estrada foi inaugurada em agosto de 2010 para a Romaria de Nossa Senhora da Abadia, que acontece todo mês de agosto na comunidade (OLIVEIRA, 2011).

As mulheres tinham filhos pelas mãos das parteiras da comunidade e pelas mãos de mulheres da família, principalmente, mães e avós. Dirani conta que teve seus sete filhos em casa, sendo que uma de suas filhas nasceu em Cavalcante, *fui prá comprar as coisas, eu cheguei lá, deu dor, cheguei, fui dando dor, ganhei ela na casa da prima minha*. Conta ainda, que ganhou outra filha sozinha e os outros 5 filhos pelas mãos de sua mãe.

Aí Deus me deu o poder que quase todos os meninos meu eu não ficava uma meia hora com dor, se eu tivesse com dor aqui, não podia ir pró rio, que meu parto era rápido, era dando dor, e ganhando menino, eu não ficava uma meia hora com dor, eu não tinha tempo de caçar parteira não, tinha vez que quando ia caçar parteira, quando chegava eu já tinha ganhado menino, quase todos eles. (Entrevista com Dirani, 02 fev. 2022).

Fiota conta que a sua avó Maria *pegou* quatro de seus sete filhos, que outros dois foi com parteiras da comunidade e que seu último filho ela teve no hospital de Cavalcante. Ela conta que se sentiu muito só no hospital, apenas ela e a enfermeira, e que na comunidade sempre se sentiu acolhida com a presença da parteira, das comadres e outras mulheres que vinham ajudar no nascimento da criança. Para Fiota, o parto na comunidade era um momento de solidariedade, e na cidade, foi um momento de solidão.

Voltando à estrada, ao terminar de descer a serra, o seu nome se explica, pois em seu ‘pé’, uma água fresca de beber corre entre pedras, atravessa a estrada e encontra com o rio das Almas, lugar onde o padre pousava no tempo da não-estrada, referência que ficou como *Serra Pouso do Padre*. Já o rio das Almas possui duas versões sobre o seu nome. Tem quem diga que o rio é perigoso, traiçoeiro, e que muitas pessoas morrem afogadas em suas águas, e por isso – almas. Outros contam que na época da escravidão, as pessoas escravizadas que fugiam eram perseguidas e mortas, e seus corpos jogados no rio, por isso – almas. Mas o rio ganha outro nome no Vão de Almas – *Rio Branco*, nome dado por um padre, devido à areia branca de suas margens, *colocou esse nome de rio Branco porque dizem que morria muita gente no rio das Almas, aí deu para chamar rio Branco, mas meu costume é chamar de rio Almas, rio das Almas*. Já o termo *vão* é compreendido como o *local que ele é cercado de morro, e quando passa a serra prá cá, aqui dentro, já cai dentro de um vasto, de um vãoção, sem frase de morro, sem nada, tudo cercado de serra ao redor, dentro de um vãoção, aí se trata de Vão de Almas*.

A estrada para o Vão começou a ser construída em 2010 e foi inaugurada em agosto de 2011, para a festa de Nossa Senhora da Abadia, que acontece há mais de 150 anos na comunidade. A festa também recebe os nomes de *Romaria* ou *Festejo*, e possui tal relevância

na região, que o dia de Nossa Senhora da Abadia, 15 de agosto, foi instituído, em 1984, feriado municipal em Cavalcante (GO). Porém, a padroeira do município é a Nossa Senhora de Santana, e assim, o município possui dois feriados religiosos, sendo que os dias 14 e 16 de agosto, que antecede e precede o dia de Nossa Senhora da Abadia, são pontos facultativos no município, para que as pessoas possam participar da Romaria.

A festa acontece num lugar específico da comunidade chamado de *Festejo* ou *Capela*. Esse lugar, ao lado do rio das Almas, é uma vila repleta de pequenas casas com a capela de Nossa Senhora da Abadia ao centro. As pequenas casas, onde as famílias se hospedam durante a festa, são construídas com tijolo de adobe¹¹ e cobertas com palha de piaçaba, sendo chamadas de *barracos*. Dirani conta que fez o seu *barraco* na Capela há 25 anos, e o mesmo caiu esse ano, porque ficou fechado durante o período da pandemia da COVID-19, *quando a casa de palha fica sem pegar fumaça, cupim dá nas madeiras*, acrescido do grande volume de chuvas que caiu no final do ano de 2021, *com esse problema da chuva, chuva muito forte, as paredes não é levantada com piso de cimento, não tem calçada de pedra, aí as criação bate e as paredes cai, aí caiu, tá tudo caído*. Dirani confirma que assim que a pandemia passar e a romaria voltar a ser realizada, vai reconstruir o seu barraco para participar com a família da festa. A vila só ganha vida durante a festa e no restante do ano fica deserta. Em 2019, participaram da festa aproximadamente 2.000 pessoas (TITO, 2019).

O dia 14 de agosto é dedicado ao Divino Espírito Santo, o dia 15 de agosto à Nossa Senhora da Abadia e o dia 16 é a entrega da coroa de Nossa Senhora da Abadia aos novos festeiros. O Divino Espírito Santo é representado pelo Imperador e a Nossa Senhora da Abadia, por um Rei e uma Rainha. Todos os anos são escolhidos e coroados diferentes pessoas da comunidade para representarem essas entidades. Márcia conta que o seu marido foi escolhido Imperador em 2019, e por causa da pandemia do Covi19, permaneceu imperador até 2022, ano que a romaria voltou a ser realizada. A escolha do Imperador, Rei e Rainha é feita durante a festa, e é uma surpresa para os escolhidos. É um legado de muita responsabilidade e trabalho, mas todas as pessoas aceitam, e que em alguns casos *a pessoa chora, desespera, mas concorda*.

Márcia explica que as pessoas ajudam a organizar a festa, mas o Imperador, o Rei e a Rainha são os que precisam providenciar todas as coisas para os seus respectivos dias de reinado. Eles dão a comida, a bebida e os enfeites, e as pessoas ajudam a fazer a comida e preparar os enfeites. A comida tradicional é paçoca de carne, enroladinho, refrigerante e quentão. Para fazer a paçoca de carne, o Imperador precisa doar a carne de duas vacas para o

¹¹ O tijolo de adobe é feito com uma mistura de terra e água, sendo a mesma colocada em uma forma de madeira de formato retangular e colocado ao sol para secar.

dia do seu reinado. Já os enroladinhos são em quantidade de 3 sacos. O enroladinho é um tipo de bolinho feito de polvilho de mandioca, escaldado e assado, que solta a casquinha de cima, e por isso, também é chamado de *pelo de santo*.

O reinado do Imperador se inicia com o toque de instrumentos, chamando as pessoas para se reunirem em sua casa. Após a coroação do Imperador, um cortejo sai e segue até a Capela, guiado pela bandeira do Divino. Após a missa, o cortejo se dirige ao banquete, quando se distribui comidas e bebidas aos presentes. À noite, começa o forró e a sussa que adentram pela madrugada. No dia da coroação do Rei e da Rainha, a celebração segue a mesma dinâmica, porém, o Rei e a Rainha ficam hospedados na *casa dos festeiros*, de onde sai o cortejo guiado pela bandeira branca e azul de Nossa Senhora da Abadia.

Um dos significados da festa pode ser expresso na fala de Stefanie, de quatro anos de idade, que alguns dias após voltar da romaria, ao ser questionada sobre o que gostaria de ser quando crescesse, responde sem hesitar: *Rainha*. Porém, os sonhos das meninas Kalunga nem sempre são realizados, sendo a gravidez na adolescência um fato comum na comunidade. Há também relatos de violência contra a mulher, principalmente de homens alcoolizados que agredem constantemente suas companheiras. As mulheres também contam casos de meninas que foram *trocadas* por algum bem material, como uma cabeça de gado, em negociações feitas pelo pai, sendo violentadas desde então. Outra dinâmica, é a ida de meninas para as cidades de Cavalcante, Goiânia e Brasília para trabalharem em “casa de família”, em troca de estudo e moradia, que acabam exercendo trabalho infantil doméstico e, em alguns casos, sofrem abuso sexual¹². Em 2015, houve denúncias de abusos sexuais contra meninas Kalunga, com grande repercussão na mídia nacional, convergindo na realização, em Cavalcante, de uma audiência pública pela Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados. Porém, por motivos diversos, como o racismo estrutural e a morosidade da justiça, os investigados dos 47 casos denunciados não foram devidamente punidos (RAFHAELA; PACHECO, 2020)¹³.

A romaria é o momento de encontro das 39 comunidades que compõem o território Kalunga, sendo que as famílias passam, normalmente, uma semana na festa. Para isso, há o preparo de alimentos e roupas. Dirani conta que economiza dinheiro e também recebe ajuda da

¹² A questão da violência contra a mulher Kalunga na comunidade Vão de Almas, em seus diferentes aspectos, não é abordada nesta pesquisa, pois por si só, demanda aprofundamento de estudos específicos. A questão é tratada na dissertação de mestrado “Mulher Negra Quilombola do Vão de Almas: Ancestralidade e Resistência”, de autoria de Rodrigues Neta (2021).

¹³ A matéria “O silêncio atrás da serra”, de autoria de Rafaela e Pacheco (2020), publicada pela Revista AZMina, aborda todo o processo de denúncia contra os abusos sexuais sofrido por meninas Kalunga, trazendo depoimentos da socióloga e professora da UnB, Tânia Cruz, da secretária de Igualdade Racial e da Mulher de Cavalcante, Wanderleia dos Santos e do delegado de polícia de Alto Paraíso de Goiás, Diogo Luiz Barreira.

filha mais velha para comprar roupas novas para todos os filhos participarem da festa. Ela lembra que quando jovem já participou da romaria calçando *precata*¹⁴ feita de couro de gado e usando vestido de algodão feito em casa. As *precatas* de couro eram confeccionadas por seu pai, *precata prá nós subir serra e ir prá o Brocotó*, e as roupas eram tecidas pela avó com o algodão plantado na roça. O fio de linha de algodão pode ser confeccionado utilizando-se o fuso, um artefato pequeno de madeira que ao ser manuseado torce as fibras do algodão e produz o fio, ou ainda, com o uso da *roda de fiar*. A partir da linha do algodão, os panos eram tecidos no tear, denominado localmente por *aviamento*¹⁵.

A estrada que leva ao Festejo, também levou a rede elétrica ao Vão, sendo que a festa de Nossa da Abadia começou a ser iluminada com luz elétrica em 2017 (TITO, 2019). Os postes começaram a chegar em 2016, por meio do programa “Luz para Todos”¹⁶. Os postes ficavam à margem da estrada, deitados à espera, até que buracos fossem abertos e a instalação concluída. Por anos, a rede elétrica se estendeu, aos poucos, chegando eletricidade para alguns, mas não para todos. Até hoje, algumas famílias que moram do outro lado do rio Capivara, afluente do rio Almas, não têm acesso à eletricidade. Com a rede tão perto, ali do outro lado do rio, Fiota instalou um *padrão de luz* (padrão de medição ou entrada de eletricidade) no terreno de Dirani, sua vizinha de frente de rio, e puxou um fio elétrico para a sua casa. A estrada é testemunha das transformações advindas com a chegada da eletricidade. Além das pessoas em sua carroceria, o caminhão, agora, transporta a geladeira, o freezer, o triturador elétrico, a televisão, os primeiros equipamentos e eletrodomésticos que começam a fazer parte da vida da comunidade.

A possibilidade de transporte de materiais de construção pela estrada também vem trazendo transformações à tecnologia de construção das casas. A casa Kalunga possui base de pedra, coluna de madeira tirada no *mato*, tijolo de adobe, chão de terra batida, parede barreada, telhado de palha de piaçaba e janelas e portas de madeira. Já é perceptível na comunidade a construção de casas de alvenaria com o uso de ferragem, tijolos cozidos e cimento. As janelas e portas de madeira vêm sendo substituídas por aço, tipo venezianas. Porém, a principal mudança é a substituição do telhado de palha de piaçaba por telha de fibrocimento.

¹⁴ *Precata* é uma denominação local da comunidade a um tipo de sandália feita de tiras de couro. A palavra “alpercata” denomina um tipo de sandália feita de tiras de couro ou pano.

¹⁵ *Aviamento* é o nome dado localmente ao tear, artefato feito de madeira, utilizado para confeccionar tecidos a partir da linha de algodão. Dirani conta que apenas uma família na comunidade ainda possui um *aviamento*. Ela também expressa a vontade de adquirir um *aviamento* e uma *roda de fiar* para dar cursos na Casa do Artesão, inaugurada no final de 2021, na cidade de Cavalcante.

¹⁶ O programa “Luz para Todos” é uma política pública federal coordenada pelo Ministério de Minas e Energia e operacionalizada com a participação das Centrais Elétricas Brasileiras S.A. (ELETROBRAS) e de suas empresas. O programa surgiu em novembro de 2003, com o Decreto no 4.873, do governo federal. O programa tem como objetivo promover a inclusão social das famílias rurais de baixa renda por meio do fornecimento dos serviços de distribuição de energia (FREITAS; SILVEIRA, 2015).

Há relatos de pessoas que perderam suas casas e pertences em consequência de incêndios que começaram no telhado de palha, principalmente ocasionados por crianças. O telhado de palha é muito suscetível ao fogo, e como não havia luz elétrica, o uso de lamparina e luz de vela provocava muitos acidentes, assim como, o fogo do fogão a lenha, que por vezes é acessado por crianças. Em 2017, Fiota perdeu a sua casa em um incêndio. O netinho brincando, sem que ninguém percebesse, pegou um graveto com brasa do fogão a lenha e colocou fogo na palha do telhado da casa. Por meio de uma campanha pela internet, Fiota recebeu muitas doações, tanto em dinheiro como em roupas, utensílios e móveis e conseguiu reconstruir sua moradia.

A estrada também possibilita o acesso da Brigada de Incêndios à comunidade, que vem de Cavalcante. Nos meses de seca, principalmente entre setembro e outubro, há risco de incêndios, pois é o período que se coloca fogo no pasto para a sua renovação ou se queima a vegetação de uma área para a formação da *roça de toco*¹⁷. Durante esta prática, pode acontecer do fogo sair de controle e se alastrar, sendo necessário pedir socorro à Brigada, para conter o incêndio que pode tomar grandes proporções. Na comunidade não se coloca fogo no Cerrado, em áreas de uso comum, pois prejudica a coleta das plantas nativas, e quando o fogo se alastra há um grande impacto na renda das mulheres, *as fruta do Cerrado enriquece qualquer família, as mulherada aqui da comunidade, que compartilha com o espaço, coleta as frutas do Cerrado, cajuzinho do Cerrado, pequi, mangaba, cagaita, muitas fruta.*

A relação com a estrada também se expressa fortemente com os cuidados de saúde, pois na comunidade não há um centro de saúde ou atendimento médico. É na cidade que se faz o pré-natal, o parto, a vacinação das crianças, o dentista e o tratamento de enfermidades em geral, como consultas e exames. Os problemas de saúde mais graves são tratados em Brasília (DF) ou em Goiânia (GO), principalmente quando é preciso fazer uma cirurgia, ficar internado ou fazer um tratamento prolongado. Os conhecimentos sobre a prática da medicina tradicional ainda estão muito vivos na comunidade, porém as mulheres acham que é preciso acreditar e reforçar essa sabedoria local: *tem hora que a gente tem um remédio, às vezes a gente deixa aqui sentindo uma coisa, vai para a cidade, usar um remédio de lá que nem melhora, e aqui, deixa o remédio na mão.*

A estrada também é um ente de ligação entre as mulheres e o supermercado, o açougue e o gás de cozinha. Os principais produtos consumidos são o sal, óleo de soja, café, açúcar,

¹⁷ *Roça de toco* é a denominação da área de plantio de culturas anuais, como arroz, milho, feijão, mandioca, entre outras espécies. O tema é abordado mais adiante no texto.

feijão, arroz, materiais de limpeza como sabão e água sanitária, e ainda materiais de higiene pessoal. A estrada estreita essa relação com o afora, porém, já no *tempo dos antigos*, os homens saíam da comunidade, por meio de canoas, e iam até a cidade de Belém, capital do estado do Pará, para buscar sal, viagem que demorava mais de ano (MOURA, 2001). O óleo de soja chegou à comunidade há aproximadamente 50 anos, quando ainda não havia estrada. Dirani conta que *o pai deu prá comprar óleo de soja na rua, eu já tinha ali, uns três anos de idade, que mãe falava*. Ela ainda se recorda da embalagem do óleo de soja, *não era esse litro de borracha hoje, era no litro de folhão, o litro tinha o retrato da soja, aí eles comprava naquele tempo para fazer esculadeira*, um caneco grande com alça utilizado para fazer café. O óleo de soja foi sendo introduzido aos poucos na comunidade, *era muito devagar, não comprava definitivo, era para fazer um teste*, pois a comunidade não sabia nem como usá-lo, *o povo não sabia nem temperar com esse óleo de soja, depois que o povo foi saber que era queimado o óleo, porque eles não comiam, o pessoal mais velho comia era óleo de coco, era toucinho*.

A mudança processual da alimentação das famílias para produtos industrializados, comprados nos supermercados, também encontra certa resistência na comunidade. O óleo de soja é utilizado pelas famílias, porém, ainda se utiliza como fonte de gordura o toucinho, o óleo de coco indaiá e o óleo de pequi. Há também uma preocupação quanto à alimentação dos filhos, *agora falo para os meus filhos, todo mundo era sadio, não via ninguém reclamando de dor de cabeça, dor de estômago, nada, todo mundo sadio, mas ninguém comia nada da cidade, era tudo natural, tudo daqui de dentro da roça*. Acrescenta-se à mudança na alimentação a chegada à comunidade das embalagens dos produtos, principalmente o plástico. Algumas embalagens são reutilizadas, como potes grandes e latas, e as embalagens sem utilidade, normalmente, são enterradas ou queimadas.

A estrada também dá acesso à renda, ao recebimento da aposentadoria e do Bolsa Família¹⁸, *eu só tenho o Bolsa Família, que é 200 reais, eu já passei muita dificuldade, mas graças a Deus meus filhos nunca dormiram sem comer, meus filhos nunca ficaram sem tirar jejum*. As mulheres aposentadas, muitas vezes, cuidam dos netos e continuam trabalhando na roça e fazendo produtos para vender.

¹⁸ O Bolsa Família foi um programa do governo federal destinado às ações de transferência de renda com condicionalidades, destinado a famílias de pobreza e de extrema pobreza, instituído pela Medida Provisória N° 132, de 20 de outubro de 2003 e convertida na Lei n° 10.836, de 2004 (BRASIL, 2003). O Programa Bolsa Família foi substituído pelo Programa Auxílio Brasil, instituído pela Medida Provisória n° 1.061, de 9 de agosto de 2021 (BRASIL, 2021).

Hoje, graças à Deus melhorou, ela (Dona Ivani) conseguiu aposentar, mas antes era tudo difícil. Ela já está aposentada na real, mas ela não parou esse trabalho, ela fala que prefere sair para colher os cocos para tirar esse óleo do indaiá do que ela ficar parada, e ela não para, a gente fala com ela que não está nessa precisão de ficar batalhando, colhendo essas coisas, que ela já tem sua fonte de renda, mas ela não concorda, ela não deixa de trabalhar colhendo esses produtos do mato (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio do WhatsApp, 04 out. 2022).

A estrada também se estende pela comunidade e facilitou o acesso das crianças e jovens às escolas, sendo o transporte realizado por um ônibus escolar. A maioria das mulheres com idade acima de 40 anos não sabem ler nem escrever, e não assinam o nome. Fiota conta que seu pai dizia que não precisava ir à escola porque *vocês não vão comer letras*. Há cinco escolas na comunidade, que funcionam nos turnos da manhã e tarde, e oferecem o ensino fundamental e médio. As principais dificuldades identificadas são relacionadas à infraestrutura, pois crianças que cursam diferentes anos do ensino fundamental precisam compartilhar a mesma sala de aula, ou ainda, quanto à qualidade da merenda escolar, *uma maçã é dividida para quatro crianças*. Os jovens que saem da comunidade e cursam o ensino superior, ingressam, principalmente, em faculdades particulares da cidade de Monte Alegre (GO), ou ainda, na Faculdade da UnB de Planaltina (FUP) e na Universidade Federal de Goiás (UFG). As mulheres que não são alfabetizadas contam com orgulho que as filhas e filhos fazem curso de técnico de enfermagem, pedagogia, educação do campo, ciências naturais, entre outros.

O trajeto da estrada não possui transporte público e regular, sendo realizado por condutores particulares que possuem veículos próprios como caminhões ou camionetes. A viagem tem dia certo e a capacidade de lotação do veículo é menor que a demanda de passageiros da comunidade, *o caminhão agora é assim, se ele vier no sábado, agora só retorna na quarta, depois só sábado de novo, e agora não dá conta de o caminhão sozinho levar as pessoas, as embalagem das pessoas tudo, tem uns que ainda fica*. Na cabine do veículo, além do motorista, cabem mais duas pessoas, sendo destinados, normalmente, às mulheres mais idosas e/ou grávidas, o restante dos passageiros vão na carroceria do veículo, *você vai daqui prá lá, vai mais que empencado de gente, de lá prá cá, prá você vim, é uma dependência, tem que pagar mais que a passagem para poder chegar até aqui em casa, porque não está tendo carro suficiente*. Nesse tipo de transporte também pode ocorrer imprevistos, como defeitos mecânicos no veículo, sendo que, às vezes, a espera é longa, por dias, até que se adquira as peças necessárias ao conserto. Outras vezes, o dono do veículo pode conseguir uma proposta mais vantajosa para o uso do veículo e o retira de circulação por determinado tempo.

Assim, a estrada que traz rapidez às urgências, também instaura a espera. Dona Amância foi à cidade de Cavalcante receber aposentaria e, por cinco dias, ficou esperando por uma

condução para voltar para casa. A espera de Dona Amância foi em um pouso à beira da estrada. Ao chegar à comunidade, por meio de uma carona, feliz da vida, pediu ao motorista, quando voltasse, que fizesse o favor de entregar um saco de farinha para pagar o pouso da espera. Essa espera também está no corpo da mulher grávida, quando está no final do seu período de gestação, e precisa ir com antecedência para a cidade de Cavalcante, em média 15 a 20 dias, pois é preciso conciliar antecedência ao parto e a disponibilidade de transporte. A espera também está no dia a dia das mulheres que precisam fazer compras para garantir a alimentação da família, *aqui agora prá mim viajar, prá comprar as coisas, dificuldade grande, tem hora que tá quase passando precisão das coisas, e aí você faz uma encomenda, se você faz uma compra, deixa lá, vai chegar aqui com quase oito dia, aqui nas minhas mão.*

As mulheres também dependem da estrada para venderem seus produtos, para entregarem suas encomendas, como óleos, farinhas, sabão, entre outros, principalmente nas cidades de Alto Paraíso e Cavalcante, ou ainda, para enviarem esses produtos em maior quantidade para Brasília. Essa comercialização e conseqüente geração de renda sempre é impactada pelas condições do transporte e pelo estado da estrada, *a gente tem um bocado de freguesia, mas agora foi embora a ponte, as coisas prá gente levar daqui prá lá tá mais que difícil, que a estrada está ruim, atolando.*

A estrada também é percorrida por motocicletas que se tornam uma alternativa de acesso à comunidade. Márcia, trabalha em Alto Paraíso, mas possui casa na comunidade, onde moram seus filhos e para onde volta todo final de semana. Ela e o marido vão de moto para o Vão, compraram uma moto mais potente, de 300 cilindradas, e gastam em média três horas de viagem. Ela conta que sabe pilotar moto, mas não pilota na estrada, por considerar que é muito perigosa, só quando chega à comunidade que se sente segura para se locomover com a motocicleta. Ela conta ainda que a viagem é muito cansativa, que nem sempre a estrada está boa, e que precisam descer da moto e empurrá-la na subida da serra do Pouso do Padre. Essa dificuldade de acesso faz com que não possam levar muito peso na moto, ou seja, não conseguem transportar quase nada da cidade para a comunidade e nem da comunidade para a cidade. Na época das águas, a moto atravessa o rio das Almas transportada em uma canoa.

A falta de um transporte público e regular pela estrada faz com que as pessoas precisem ter um *pouso* fixo na cidade, principalmente em Cavalcante, podendo ser a casa de uma filha ou parente, ou até mesmo, uma casa própria, que fica fechada a maior parte do tempo, sendo usada apenas para a estadia da família. O bairro “Vila Morro Encantado”, na cidade de Cavalcante, é referência de moradia de pessoas de várias comunidades Kalunga da região. O loteamento propiciou o acesso à moradia de quem vinha das comunidades, porém o bairro ainda

sofre com problemas de abastecimento de água, e em 2020, as ruas ainda não se encontravam totalmente pavimentadas. As moradias também se tornaram uma opção para as pessoas mais idosas da comunidade, que se mudaram para a cidade, em função da maior facilidade de acesso aos serviços de saúde.

Em 2018, começa a ser instalada na comunidade a estrada virtual, por meio do sinal de telefonia celular e internet. O sinal de celular só funciona em determinados pontos próximos à antena, e não se constituiu em um meio de comunicação eficaz, porque para receber ligações, a pessoa precisa estar naquele exato lugar e momento para atender a uma ligação, e as distâncias a se percorrer são grandes. O sinal de internet, inicialmente, chegou às escolas, e o aplicativo WhatsApp se tornou o principal meio de comunicação local. O WhatsApp foi apropriado pelas mulheres na forma de *recado*, com o auxílio dos jovens, principalmente das filhas e filhos estudantes. Os jovens, quando chegavam à escola, enviavam as mensagens de suas mães, e quando retornavam à casa, repassavam às mesmas as respostas recebidas.

Esta situação começa a mudar novamente, em maio de 2021, por meio da instalação de quatro torres de internet no território¹⁹. Em setembro de 2021, a internet começou a chegar às casas das mulheres, que pagam por um pacote mensal de serviços ofertado por uma empresa privada. O sinal de internet nas casas proporcionou autonomia às mulheres, *eu já mesmo tenho minhas notícias*, que utilizam o WhatsApp para se comunicarem de forma geral e para comercializarem seus produtos, *quando as pessoas fazem a compra já é pedindo o sap, o sap está ajudando muito a gente*.

A coexistência da estrada de terra e da estrada virtual vem facilitando o contato e a visita de turistas ao Vão de Almas, apesar da comunidade não possuir nenhuma cachoeira, principal atrativo turístico da região da Chapada dos Veadeiros. Segundo Calisto²⁰, morador do Vão de Almas e guia turístico desde 2008, as pessoas o procuram, principalmente, para participarem do Festejo de Nossa Senhora da Abadia; e para conhecerem o *Funil do rio Paranã*.

¹⁹ As torres de internet foram instaladas pela Associação Quilombo Kalunga (AQK) com recursos de projeto apoiado pelo Fundo de Parceria para Ecossistemas Críticos (CEPF) e Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB) (DINIZ, 2021).

²⁰ Calisto fez o curso de guia turístico em 2008 e se credenciou para guiar turistas no município de Cavalcante. Ele conta que atualmente guia, principalmente, para as cachoeiras do Complexo do Prata, e que *primeiramente* guiava para a cachoeira da Santa Bárbara, uma das principais referências turísticas da região da Chapada dos Veadeiros. Segundo Calisto, a mudança de roteiro turístico se deu pelo aumento do número de guias credenciados no município e pela redução acentuada do número permitido de turistas que podem visitar a referida cachoeira por dia.

Lá no Funil é o seguinte, não é uma cachoeira de queda, é uma água embolada que não dá de passar de canoa de motor, então lá é apertado, tem muita água, e não é cachoeira, é uma queda deslizante de água, que até peixe sobe na beira, no meio ele não sobe, porque a água não deixa. É um lugar muito bonito, a história que a gente conta é o seguinte, de primeiro, a gente pegava peixe lá, na época do meu pai, não tinha tarrafa e nem rede, pegava era de xuxo [pedaço de pau], fazia aquele xuxo de arpão, para pegar os grandes, os pequenos pegava de anzol, porque é muito peixe passando, eu ainda cheguei a ver bocado de peixe, grande e pequeno, surubim, cachorra, jaú, papa-terra nem me fala, essa é a história que tem quando a gente vai lá e conta prá eles, acontece de ainda ver o enxame de peixinho (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 11 mar. 2022).

Outra modalidade de turismo que vem se fortalecendo na comunidade surge do interesse de turistas em conhecer pessoas referência da comunidade, como Dona Procópio²¹, uma matriarca, precursora e liderança da luta dos direitos de seu povo, principalmente pelo reconhecimento do território Kalunga na década de 1980. Outro interesse dos turistas é de conhecerem como é a vida, o dia a dia do povo Kalunga. Para isso, as pessoas interessadas passam alguns dias junto às famílias na comunidade, *trabalhou aqui mais nós, aprendendo fazer, tirando foto, fez muitos vídeos, fazendo óleo de coco, plantando, ajudou capinar, ajudou panhar cisco, ajudou plantar mandioca, ajudou fazer farinha, ajudou quebrar coco, ajudou socar no pilão, tudo elas filmaram*. Esta modalidade de turismo, Calisto chama de *sistema de convivência*, sendo que as pessoas pagam pela estadia e compram os produtos feitos pelas mulheres, como óleo de coco, farinha de mandioca, arroz de pilão, farinha de jatobá, óleo de mamona, entre outros²².

²¹ A Universidade Estadual de Goiás (UEG) concedeu o título de Dra. Honoris Causa à Dona Procópio, Procópio dos Santos Rosa, em 24 de agosto de 2022, (@lucienekalunga).

²² As mulheres Kalunga da comunidade Vão de Almas produzem mais de 50 produtos que são comercializados. Este tema será abordado mais adiante pela pesquisa.

2.2 CASA ESTENDIDA: O MOVIMENTO AFORA VAI ATÉ ÀS ÁGUAS DO RIO

Figura 10 – Casa Kalunga estendida



Fonte: elaborado pela autora

A casa da mulher Kalunga é movimento, se estende afora, está na construção de telhado de palha, no terreiro e no rio. A casa sempre é construída num local aberto, solta, separada do entorno da vegetação, para prevenir do fogo, que possa, por acidente, se alastrar pela comunidade. Em frente à casa, sempre há uma árvore frondosa, como um pequizeiro, uma sucupira, uma imburana, uma copaíba, que guarda sozinha a sombra. Ali, um banco de madeira ou pedras do próprio terreno acomodam as pessoas em prosas. Ali amarra-se o *animal*²³ da visita, que aguarda na sombra, a prosa de quem entra.

A casa que é feita de tijolo de adobe, da cor de terra clara, eleva o chão em paredes até o telhado, que continua o tom de terra em palha. O telhado de palha de piaçaba trançada dura em média 15 a 20 anos, e sempre que preciso, é trocado antes das chuvas. Dirani, trocou o telhado de sua casa e aproveitou para elevar o pé direito das paredes que era baixo: *primeiro arribei as paredes para depois rebuçar a casa*. Há um custo para essa troca, pois, geralmente,

²³ *Animal* é uma denominação comum dada aos seguintes animais de transporte: égua, cavalo, burro e jegue.

é preciso pagar alguém para tirar a palha no *mato* e para transportá-la até a casa, além de contratar um especialista que sabe trançar a palha e fazer o telhado.

A casa é dividida em duas a três construções, sendo que na primeira construção, na chegada, se situam a sala e os quartos. Na sala ficam bancos de madeira, e num canto, sempre há um aparador que sustenta uma botija de barro com água de beber. As paredes de adobe são rebocadas com barro, e por vezes, decoradas com desenhos e palavras escritas na própria parede, ou com uma folhinha do ano, ou fotos, ou ainda um artesanato. Na sala também podem ficar a máquina de costura, a televisão, o freezer, entre outros móveis e/ou equipamentos. A sala, em formato retangular, é uma passagem, se faz corredor e se abre para o terreiro e para as outras construções.

A cozinha é separada da construção principal por causa do fogão a lenha. Além do fogão esquentar o ambiente, que na época da seca já é muito quente e seco, corre o risco de incendiar a casa, que é coberta por palha suscetível ao fogo. Assim, se acontecer algum acidente-incêndio na cozinha, fica mais difícil do fogo se alastrar para o restante da casa. Além de janelas, a arquitetura da construção traz espaços de ventilação nas paredes de adobe, em forma de triângulos, por onde também entram fachos de luz que iluminam o ambiente durante o dia. As paredes próximas ao fogão a lenha podem ser *barreadas* com barro branco, dando um acabamento liso impecável, que traz beleza e facilita a limpeza.

A cozinha, muitas vezes, também possui um fogão a gás, que é utilizado com pouca frequência, apenas quando é preciso preparar algo com rapidez e não compensa ou não dá tempo para acender o fogo do fogão a lenha, *porque aqui o preço que tá o gás, ninguém dá conta de comprar, só se for para fazer um café, fazer um bolo, fazer uma fritura de alguma coisa, mais prá cozinha mesmo, tem que ser na lenha.* A aquisição do bujão de gás é feita na cidade de Cavalcante, e para isso, é necessário transportar o bujão vazio e voltar com ele cheio, *a dificuldade é grande, para comprar tem que ser alguém aqui mesmo da casa, prá levar, tem vez que você faz encomenda prós outros levar pró cê, aí cê fica uns 15 dias sem pegar o bujão.*

Além dos fogões a lenha e a gás, a cozinha possui mesa, armário e bancos de madeira, para acomodar as pessoas na hora das refeições e para a prosa. Os armários da cozinha, na maioria das vezes, são estantes de madeira com prateleiras, que guardam, principalmente, panelas de alumínio. Antigamente, as mulheres faziam suas próprias vasilhas de barro, como *pote, botija, panela e prato, me dá o barro que eu sei fazer isso tudo.* Normalmente, as mulheres possuem muitas panelas. Na casa de Santa, onde vivem ela e o marido, na cozinha há três armários repletos de panelas muito bem areadas e brilhantes, e ao ser questionada por que possui tantas panelas, ela explica que as mesmas são necessárias para os dias de festas, para o pouso

da folia, quando se tem que alimentar muitas pessoas de uma só vez. Dona Brasilina explica que é necessário ter muitas panelas, para alternar o seu uso diário, por causa do fogo forte do fogão a lenha que pode furá-la e resume a sua justificativa: *as panelas trabalham, mas também descansam*.

Em determinada parede da cozinha, normalmente, delimita-se um espaço que é coberto por um pano, sobre o qual se esticam várias cordas paralelas, como aquelas usadas para se fazer varal de roupas, com uma distância aproximada de 40 cm entre as mesmas. As cordas sustentam as muitas tampas de panelas que cada mulher possui, formando uma *instalação* – a parede de tampas. A parede de tampas é funcional, pois na hora da lida, fica mais fácil para a mulher casar a tampa certa com a panela que ela deseja utilizar. Dirani complementa que há mais panelas na cozinha que tampas expostas na parede, pois algumas vezes, ao lavar as vasilhas no rio, por descuido, o rio leva as tampas, mas ficam as panelas.

Na casa de Fiota, além de sua cozinha coberta, há uma cozinha aberta, debaixo do pé de manga, onde ficam um fogão a lenha e uma mesa que *assenta* o bule de café, copos, panelas e utensílios que estão sendo usados no momento. Ao redor do fogão se estende um banco de madeira sob a sombra da mangueira. Se não estiver chovendo, é nessa cozinha aberta que Fiota cozinha todos os dias, que a família faz as suas refeições e que as visitas se sentam para conversar. As galinhas possuem trânsito livre na cozinha, até o momento em que sobem no fogão ou na mesa, à procura de algum alimento, e são *espantadas*.

A cozinha se alarga para o terreiro ao redor da casa, onde ficam todos os artefatos, utensílios e equipamentos que a mulher necessita. O jirau, quase sempre na porta da cozinha, é feito de madeira tirada no mato, e acomoda as vasilhas que já foram lavadas e tudo aquilo que precisa ser deixado ao sol para secar, como a raspa do fruto do pequi e buriti, frutos de jatobá e sementes de mamona. Próximo ao jirau sempre há um balde com água, sabão e bucha para lavar as vasilhas menores de uso contínuo, como talheres e copos.

A farinha de mandioca é feita no terreiro da casa e o seu processo de produção começa com a mandioca sendo descascada e em seguida ralada. Antigamente, a mandioca era ralada em um *ralo de angico*, utilizando-se um pedaço do caule de uma árvore jovem de angico, com o diâmetro em torno de 4 cm e comprimento aproximado de 60 cm. O ralo de angico foi substituído pelo ralo de latão com alça de madeira, e agora, com a chegada da energia elétrica, algumas mulheres já utilizam o triturador elétrico, o que facilita muito a execução desse trabalho. Dirani tirou um ralo de angico na sua antiga roça por encomenda de uma mulher de outra comunidade, que diz não encontrar mais a árvore para cortar. Dirani conta que tem dia que rala a mandioca no ralo de angico, porque sente saudade, e se recorda muito de sua mãe, já

falecida, que só ralava naquele tipo de ralo, pois considerava que a massa ficava mais *fininha* e que não fazia *crueira*, a farinha mais grossa que não passa na peneira e só pode ser usada para fazer mingau.

A massa de mandioca ralada é então colocada no *tipiti*, um utensílio utilizado para prensá-la e extrair a *manipueira*²⁴, líquido considerado venenoso que é descartado no processo de produção da farinha. Este utensílio é tradicionalmente confeccionado com o talo da palmeira buriti, e agora, vem sendo substituído pelo tapiti de plástico encontrado no mercado.

O forno de torrar farinha, também utilizado para torrar as castanhas do coco indaiá, fica no terreiro, em uma área coberta de palha²⁵. O forno é feito de barro e alimentado com lenha. A superfície plana do forno, onde coloca-se a massa de farinha para ser torrada, *antigamente*, era construída de barro, e impermeabilizada com *cola* da entrecasca da mutamba²⁶ ou da folha do quiabeiro. Atualmente, essa superfície do forno está sendo substituída por uma chapa de ferro fundido, disponível no mercado. Dirani explica que a *chapa de barro* solta um pouco de argila na farinha, o que não acontece com a chapa de ferro, proporcionando uma farinha de melhor qualidade. E ainda reforça que é mais prático adquirir a chapa de ferro, que é mais durável e que no dia a dia, é mais fácil de ser higienizada. *A gente está farinhando*, é assim que as mulheres dizem sobre o dia que estão por conta de fazer farinha. Nesse dia, as crianças também participam, e têm suas próprias *pás*, em tamanhos menores, para mexer a farinha no forno e evitar que ela se queime.

Além do forno de barro, sempre há no terreiro uma fomalha feita com pedras grandes, que sustenta uma panela grande, para o preparo, principalmente, dos óleos, como o de indaiá e o de pequi, ou ainda, para fazer sabão de tingui²⁷, utilizando-se uma panela de barro ou um latão. A fomalha é alimentada por lenha mais grossa, para que o fogo permaneça aceso por um longo período de tempo.

Entre todos os artefatos encontrados no terreiro, o pilão é o mais comum, utilizado para socar arroz, gergelim, jatobá, mamona, castanha do coco, paçoca e assim por diante, *socava até furar, se furava ele, tronava a fazer outro, desde que a gente entendeu por gente, do conhecimento da minha mãe, porque já foi desse tipo, que socava tudo era no pilão, toda coisa*

²⁴ A manipueira é o líquido extraído da massa da mandioca ralada e prensada no processo de fabricação da farinha. Esse líquido contém ácido cianídrico, venenoso e nocivo à alimentação humana e animal (BRSCAN, 2011).

²⁵ Algumas casas também possuem o forno de assar bolos e biscoitos. Este forno é a lenha e se constitui em uma construção suspensa do chão, de formato redondo ou cônico, possuindo uma abertura em sua base, por onde se introduz o que se pretende assar.

²⁶ A mutamba, *Guazuma ulmifolia*, é uma árvore nativa do Brasil, porém não endêmica, com ampla ocorrência na América Tropical (ESTEVEZ, 2015).

²⁷ O tingui (*Magonia pubescens*) é uma árvore do Cerrado, sendo que as sementes de seus frutos são usadas para fazer sabão.

que a gente fazia, tudo era no pilão, de socamente. Junto ao pilão há o uso de peneiras, chamadas de *dipás*, pois alguns alimentos, após serem pilados necessitam ser *assoprados* para a retirada de fragmentos, como os de cascas. Na comunidade encontram-se muitas pessoas que sabem fazer pilão, *porque o pilão foi o conhecimento da comunidade, da gente mesmo*, sendo talhados nas madeiras das árvores de sambaíba e pequi. O tempo de duração de um pilão é muito longo, *eu tenho um pilão que eu soco nele, 23 anos que eu moro aqui que eu fiz esse pilão, e ele ainda tá pilando sem previsão, eu acho que daqui uns 30, 40 anos, ele ainda tá dando prá usar, um pilão é difícil de acabar*. Com a chegada da eletricidade, o pilão também está sendo substituído pelo triturador elétrico e pelo liquidificador, o que facilita muito a lida diária das mulheres.

Outro artefato encontrado no terreiro é o barrilheiro de cinzas. O barrilheiro é usado para produzir a *dicuada* de cinzas²⁸, uma *soda cáustica natural*, utilizada para o preparo do sabão de tingui. O tingui é uma árvore nativa do Cerrado e o sabão é feito com as sementes de seus frutos. O barrilheiro é um cesto na forma de funil ou cone, e por isso, é também chamado por *incesto*. A construção do incesto é feita com galhos amarrados por *embiras*²⁹, revestido internamente por palha, como a palhada do arroz, e em seguida preenchido com cinzas. A cinza é colocada aos poucos, sendo umedecida com água e socada com a mão de pilão, de forma delicada, *bem batidinha*, para ficar bem compactada, *bem encarcada*. A cinza tradicionalmente era obtida do corte de uma árvore viva, *um pau verde*, que era queimado misturando-se um pouco de lenha seca, só para pegar fogo, resultando em uma cinza forte. Hoje, a cinza tem sido obtida da queima da palhada do gergelim que é colhido na roça, sendo considerada também uma cinza forte.

Após o incesto ficar pronto, espera-se três dias para tirar a *dicuada*. Para isso, coloca-se água na parte superior do incesto, que percorre todas as camadas de cinza, e sai na sua parte inferior, quando é recolhida em uma bacia. A primeira *dicuada* que sai, quando o líquido começa a pingar, é escura e forte, e na sequência do processo, à medida que se coloca mais água, a *dicuada* vai enfraquecendo e ficando mais *alva*. Para se fazer o sabão de tingui, a massa das sementes do fruto é cozida com a *dicuada* mais fraca e em seguida *temperada* com a *dicuada* forte. O tempero do sabão consiste em colocar *dicuada* forte na fase final do preparo, antes do

²⁸ A *dicuada* de cinzas é uma *soda cáustica natural* produzida a partir das cinzas de diversas plantas. A *dicuada* é utilizada para saponificar gorduras para o preparo de sabão.

²⁹ As *embiras* são fibras longitudinais retiradas da entrecasca das árvores. Essas fibras são resistentes, e por isso, utilizadas como cordas para amarrio.

sabão endurecer. Há diferença entre o sabão que é só cozido e o sabão que é cozido e temperado, por isso, há necessidade da dicuada ser forte, *braba*, para temperar o sabão.

Um incesto rende de 10 a 15 garrafas de 750 ml de dicuada, ou seja, em média 10 litros. A dicuada não pode ser armazenada em recipientes de plástico, porque é corrosiva, sendo sempre guardada em garrafas de vidro. O manuseio da dicuada requer cuidado, pois queima, *tira a pele*. Por isso, a dicuada também é usada para tirar manchas da pele, *vai triscando e lavando*. O modo de fazer o incesto também pode se modificar conforme os recursos locais. Fiota construiu um incesto usando a armação de ferro de uma cadeira velha, sendo que as quatro pernas da cadeira serviram de apoio para uma bacia de plástico velha e furada, que serviu de cesto, onde Fiota colocou a palha e a cinza, fazendo o mesmo processo de colocar água e recolher a dicuada.

É no terreiro que a mulher também quebra o coco indaiá com o auxílio de pedras. Para isso, há um lugar específico no quintal, onde a mulher se senta para quebrar coco. Normalmente, este lugar é debaixo de uma cobertura de palha ou mesmo sob a sombra de uma árvore. A pedra utilizada para quebrar o coco precisa ser redonda, para que se encaixe na palma da mão, e ter peso suficiente para quebrar o coco. As pedras também servem, entre outros usos, para *machucar* a entrecasca do jatobá na hora de se fazer xarope para bronquite.

As criações, como galinhas e porcos, vivem no entorno da casa. As galinhas transitam livremente no terreiro e dormem nos galhos das árvores. Quem tem porco, cria preso no chiqueiro ou solto nos arredores da casa. O porco, além da carne, oferece o toucinho, usado como gordura no preparo da comida. As famílias também criam égua, cavalo, burro e jegue, que têm a denominação comum de *animal*, e representam um importante meio de transporte na comunidade. Os *animais* pastam à solta no Cerrado, e vez por outra, dão trabalho para serem encontrados. O som de um sininho ao longe é constante em algumas casas, pois o mesmo é pendurado no pescoço do animal, para anunciar onde ele se encontra.

A criação de *animais* e do gado é, principalmente, um ofício dos homens e dos jovens. O filho mais velho de Dirani, de apelido ‘Pequeno’, trabalha conduzindo *animais* pelo interior de Goiás, para serem trocados por gado. Pequeno sai com a tropa, percorre fazendas, e após negociar todos os *animais*, retorna pegando as *cabeça de gado* que negociou pelo caminho e as conduzem para a fazenda do patrão. Para realizar este trabalho, Pequeno passa mais de um mês fora de casa. Na comunidade, *tem muita raça de gado, aí um povo gosta de uma qualidade, outros gosta doutro*, mas, principalmente, se cria o gado de corte. As principais raças de gado

de corte são o *curraleiro*³⁰ e o nelore. O gado curraleiro é *um gadinho de raça, é um gadinho bem pequenininho* e o nelore é considerado um gado *arrisco* e que é comercializado mais facilmente, *tem mais saída, de que o curraleiro*.

O gado possui um significado forte na comunidade, que se expressa em pinturas, instrumentos musicais, utensílios, artesanatos e nas rezas curraleiras e canções. Na casa de Márcia há a figura de um boi pintado na parede externa. Dirani comprou, de um viajante que passou pela comunidade, uma garrafa revestida em couro encaixada à uma pata de boi. Dirani, mostra a garrafa com orgulho e a usa para dançar a sussa, equilibrando a garrafa na cabeça. O couro de boi também possui muitas utilidades, principalmente para fazer os instrumentos de percussão que acompanham a dança da sussa, como caixas, tambores e pandeiros, e para confeccionar *bruacas*, um tipo de baú utilizado para guardar e/ou transportar coisas. O gado também é muito presente nas canções ‘[...] *boi, boi, boi, sinhá, chuva chove hoje para o meu boi beber, para nascer capim morena, para o meu boi comer, boi, boi, boi, sinhá*’³¹.

³⁰ Para informações sobre o gado curraleiro consultar Monteiro (2013). Para informações sobre denominação de origem “Carne de Curraleiro Kalunga” consultar Neiva *et al.* (2011).

³¹ Segundo Dirani, o termo *sinhá* é utilizado para se referendar a *uma senhora, uma sinhá que a gente trata, porque a gente não quer desmaltratar a pessoa, aí nós trata sinhá, tratar aquelas pessoas de bem*.

2.3 TRIEIROS VÃO: CAMINHOS DA MULHER KALUNGA

Figura 11 – Trieiros Vão



Fonte: elaborado pela autora

Os trieiros são uma malha de caminhos estreitos, atalhos que se estendem por toda a comunidade, que passam por entre arames e *passadores*, transpõem cercas, conhecem divisas, abrem *colchetes*. Seguir os trieiros é seguir o dia a dia das mulheres, ou melhor, seguir as mulheres é seguir por trieiros. Os trieiros vão para a roça, para a *panha* da lenha, do coco indaiá para fazer óleo, das frutas da época, das plantas medicinais, levam para as casas das vizinhas, e principalmente, é o trieiro que liga a casa estendida da mulher à água, *a gente aqui ninguém tem água na porta*.

A água trazida do rio é para beber, cozinhar, para *baixar* a poeira do chão de terra batida e para lavar vasilhas menores, de uso contínuo, como copos e talheres. A água também é dada aos animais domésticos como galinhas e porcos. Na casa sempre há diversos baldes cheios de água, que servem como um *seguro* contra incêndio. As mulheres têm medo de ficar sem água em casa, e por isso, fazem um grande esforço para garantir o seu estoque, *enquanto eu vejo uma vasilha dessa seca, eu quero trazer a água do rio para ter água, que Deus não deixa, ter que defender o fogo*.

A água é transportada pela mulher, normalmente, em baldes de 20 litros, carregados na cabeça, em torno de cinco vezes ao dia. A distância percorrida até o rio, aproximadamente 100 metros, é acrescida de ladeira, do nível mais baixo do rio ao nível mais alto da casa. O fato de a mulher carregar água na cabeça intensifica seus problemas de saúde, como quem sofre de dor de coluna. Este serviço também é considerado muito pesado, e quando muito demandado, faz com que a mulher se sinta exausta.

As vasilhas da cozinha são lavadas no rio, para isso, são reunidas em uma bacia grande e transportadas na cabeça. Ao chegar ao rio, é preciso olhar bem entre as pedras, pois sempre há a possibilidade de uma cobra à espreita de pequenos animais, que vêm comer os restos de alimentos, como grãos de arroz, que caem quando as vasilhas são lavadas e que permanecem no lugar. À beira-rio, há um lugar certo para lavar as vasilhas, onde existe uma pedra grande e plana, para apoiar as panelas quando a mulher vai arear o seu fundo, para retirar a mancha de carvão formada pelo fogão a lenha. As mulheres também têm a destreza de ensaboar o interior de uma panela apoiando-a entre o seu pé e a perna, num movimento performático único, difícil de explicar em palavras. A correnteza, vez por outra, leva uma peça que está sendo lavada, principalmente as tampas das panelas ou algo de plástico que flutuam com facilidade. Ali também há uma grande destreza dos pés, em *correr* rio afora, pisando em pedras escorregadias para alcançar o objeto que se vai na água.

É no rio também que se lavam as roupas. O lugar escolhido sempre é uma pedra à beira-rio que dá para a mulher ficar sentada, junto à outra pedra plana que permita que as roupas sejam ensaboadas, esfregadas e *batidas*, pra depois serem enxaguadas. A roupa, *antigamente*, era lavada com sabão de tingui, o qual foi substituído por sabão em barra comprado na cidade. A roupa lavada no rio Capivara, que possui mata ciliar e margens sombreadas, é colocada para secar em um varal estendido de um lado ao outro do rio, onde há incidência contínua do sol. As roupas também são levadas para secar em casa e estendidas sobre os arames das cercas ao redor da mesma. Para lavar a roupa também é necessário cuidar com o perigo de cobras, como o dia em que a mulher chega à beira do rio, e vê algum rastro de cobra, próximo ao local que normalmente se senta, aí ela olha tudo ao redor, e mesmo assim, naquele dia, *fico cismada e mudo a pedra de lavar roupa*.

As mulheres tomam banho no rio, não há banheiro nas casas, com vaso sanitário, pia e chuveiro. O banho é tomado normalmente no final da tarde, depois da lida, com o uso de sabão de tingui, sendo que o mesmo vem sendo substituído por sabonetes industrializados. As mulheres defendem que não há sabão melhor para se tomar banho, porque além de limpar, o sabão hidrata a pele e os cabelos, e elimina caspas e seborreia. Dirani diz que o sabonete de

tingui além de ser muito bom para a pele, é usado como sabonete íntimo pelas mulheres, principalmente contra coceiras vaginais. As crianças recém-nascidas também são banhadas com o sabonete de tingui *do pé à cabeça*. O banho no rio não deve ser feito com o corpo quente, principalmente na época da seca que faz muito calor, como após uma caminhada ou com o corpo quente do fogão a lenha. Quando se toma banho no rio com o corpo quente, pode acontecer um choque térmico e a pessoa sofrer retenção urinária por um determinado tempo. Quando isso acontece, é indicado tomar chá de *salsa da beira do rio*, em infusão fria, para que a pessoa volte a urinar normalmente.

A comunidade é banhada por diversos córregos que caem nos rios Gameleira e Capivara, afluentes do rio Almas, que cai no rio Paranã, que cai no Tocantins, que cai no rio Pará, que finalmente desagua no mar. O encontro de dois rios é chamado de *barra*, tem a barra do rio Branco, barra do Alminha, barra do Riachão, barra do Buriti Comprido, barra do Areia, barra do Bezerra, barra dos Porcos, barra do Curiola, e assim por diante seguem as águas. Os córregos e os rios são a fonte de peixes, considerada a carne mais apreciada na comunidade. Os principais peixes pescados nos rios Capivara e Gameleira, considerados peixes pequenos, são o coó, tucunaré, pacu, curuvina, piau, piaba larga e piranha. Os peixes do rio Paranã, considerados maiores, são a camboteira, dourado, barbado, surubim, caranha, jaí e piabanha. Dirani ao ser questionada se as mulheres da comunidade pescam, conta que é uma das coisas que mais gosta de fazer na vida.

Tem lugar aqui que mulher pesca mais de que homem, homem tem hora que vai pescar, mais é mais difícil, eu mesmo gostava de pescar aqui, hoje que eu tó mais ruim prá pescar, mas eu não tinha um dia que eu não pescava, eu gostava de pescar direto, eu fazia meu embornal de botar meus anzol, tinha hora que tinha 10, 20 anzol dentro, tudo encastuadinho ali, eu não viajava prá lugar nenhum sem o meu anzol na bolsa. Eu gostava tanto de pescar, eu tinha dia que eu passava mais era de manhã tudo na beira do rio, de tardinha eu gostava de pescar, de tardinha assim, ali na base das 4 horas prá 5 horas, aqui eu gostava de pescar, hoje é porque já entrou muito pescador, num dá gosto de ir pescar, uns pesca de rede, outros vai de tarrafa, aí escarra os peixes, mas quando pescava todo mundo, pescava era só de anzol, era bão demais, aqui eu pescava e não perdia minhas pescadas (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 22 fev. 2022).

Porém, as águas que trazem os peixes também trazem as arraias, que ficam na areia dos rios, sendo considerado um dos piores acidentes – a ferroada de arraia: *ave maria, uma vez foi três horas da tarde, esporou ele, teve elevação nove horas, da dor, chegou chorou, ele rolou que chegou chorou*. Quando a água está clara dá para ver as arraias na areia próximo às margens dos rios, mas quando a água está *barrenta*, na época das chuvas, não é possível enxergá-las. É comum, nos locais de travessia dos rios, ter um pau fincado à beira-rio, um *xuxo*. A pessoa que

vai atravessar o rio leva o xuxo e vai *zucando*, ou seja, enfiando e batendo o pau na areia, para visualizar e espantar as arraias. Porém, o perigo de ser ferroadado por arraias não impede que as mulheres pesquem no rio, *comadre foi pega sete vezes pela arraia, nos dois pés, mas diz que feijão sem carne ela não come*. Para aliviar a dor da ferroadada da arraia é indicado colocar alho macerado no local e tomar um analgésico, comprado em farmácia.

O acidente mais perigoso que comumente acontece na comunidade, e muitas vezes fatal – a picada de cobra, está relacionado com a ferroadada de arraia. Quem nunca foi ferroadada pela arraia se sente mais protegida da picada de cobra, *ainda mais com esse barulho se a arraia pegar a cobra pega, ave maria, tanto medo que eu tenho da cobra*. É comum as famílias terem alguém que já foi ofendido por cobras, *eu fiquei sem minha mãe, minha mãe foi cobra, meu irmão morreu de cobra, ave maria, eu tenho medo, eu tenho mais medo de morrer de cobra*. Dirani, que já foi picada pela *bocarra*, conta que *a rabo de osso pegou uma criança na cozinha de minha casa*.

Continuando nos trieiros – a caminho da roça, quase sempre localizada não muito distante da casa, para facilitar a lida das mulheres. O preparo da roça começa com o corte da vegetação existente na área, preservando-se as árvores maiores. Após a derrubada da vegetação coloca-se um fogo controlado, para queimar os restos vegetais, abrindo espaço para o plantio e adubando o solo com as cinzas. Essa prática é chamada de *roça de toco*, porque só permanecem os tocos que o fogo não conseguiu transformar em cinzas. O fogo é usado para limpar a área, normalmente, no final do período da seca, no mês de outubro, e próximo ao início das chuvas, quando se faz o plantio.

Porque quando as pessoas aram, ranca os tocos, quando é arado, e não precisa queimar, não precisa nada, e quando é a roça de toco de nós, tem que roçar os pau mais fino com uma foice, e derrubar com o machado os mais grosso, prá poder queimar, aí vai ficando muitos toquinhos, aí que trata roça de toco (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 11 mar. 2022).

Na roça de toco planta-se arroz, milho, mandioca, abóbora, feijão andu, feijão de corda, gergelim, batata doce, banana, cana, amendoim, quiabo, alho, açafraão, algodão, entre outras plantas, conforme o gosto de cada mulher. Não é utilizado nenhum insumo externo, como adubos químicos ou agrotóxicos, para se formar e/ou manter a roça. Após a roça formada, de um ano para outro, ela é novamente *limpa* com o uso de enxada e foice, para a renovação dos plantios. Porém, uma parte das palmeiras Indaiá que nascem na roça, de um ano para o outro, são preservadas para a coleta de coco no futuro. A roça possui uma vida útil, depois é

abandonada, para que a terra possa *descansar*, e para que, no futuro, uma nova roça de toco possa ser formada no mesmo local.

Agora eu larguei ela prá lá; agora vou plantar em outra; porque a terra já está cansada, já tem uns dez anos que eu planto nela, a minha outra roça é ali, onde eu plantei o ano passado, vou plantar lá, quando o mato dessa crescer de novo aí eu volto (Entrevista com Dirani, 14 set. 2018).

As mulheres trabalham desde criança na roça, *tem que capinar na enxada, nós nascemos aqui, vivemos aqui, eu tenho 49 anos e capino até hoje desde pequena*. O trabalho na roça é no período das águas, a partir de outubro, quando o preparo da terra é iniciado e estende-se até o mês de março/abril, quando se fazem as últimas colheitas. Dentre todas as culturas, o milho é o primeiro a ser plantado e também é *o que chega primeiro*, o gergelim é o último a ser colhido. O trabalho na roça é considerado pelas mulheres o mais pesado, *tem hora que a gente chega da roça e não tem tempo de fazer o meio dia, porque tem que voltar para a roça de novo*.

Nesse período, as mulheres também convivem com as tempestades, havendo casos de acidentes fatais na comunidade, quando pessoas são atingidas por raios dentro de suas próprias casas. As mulheres contam que quando a chuva não vem forte no início do período chuvoso, vem no final. Os prenúncios de chuva forte são quando ela se anuncia em determinado lado da casa, aí chega com muitos ventos, barulhenta, como muitos raios e trovões. Outro modo de prever a chuva forte é por meio do *Caminho de Santiago*, um caminho de estrelas no céu, *estrelado do começo ao fim*, onde se vê a Estrela Dalva. No período das águas, em noite sem chuva, dá para ver duas *covas* no Caminho de Santiago – a cova de Eva, de tamanho menor, e cova de Adão, de tamanho maior. Quando a cova de Eva some no céu, acredita-se que ela foi buscar chuva, que vai rápido e volta rápido, e a chuva vem calma. Quando a cova de Adão desaparece no céu, acredita-se que ele foi buscar chuva, que demora voltar e que a chuva vem forte, *do jeito que vier*. Para enfrentar a chuva forte, as mulheres sabem fazer remédios e fazem orações, *a gente tem que ter a fé em Deus, a gente faz um remédio, a gente reza um bendito, até ela vai amansando mais, até ela chegar mansa*.

As mudanças climáticas também se evidenciam na vida das mulheres, seja pela falta de chuvas regulares e o que isso impacta na produção da roça, na coleta das plantas nativas e na criação de animais domésticos, seja no próprio corpo da mulher. As mulheres explicam que *plantam de tudo* na roça, e que devido ao sol que *está muito* e as chuvas que *estão poucas*, perdem muito da sua produção; e complementam dizendo que todo o trabalho é *no braço*, que a comunidade não possui um trator de uso coletivo para arar a terra, e que quando o sol *vem e*

acaba com tudo – o serviço de plantar e cuidar da roça fica todo perdido no momento da colheita.

As mulheres consideram que *de primeiro as águas choviam mais*, que tinha muita chuva, que as *grotinhas* tinham muita água, que nenhuma nascente secava e que as criações soltas no Cerrado não morriam de sede, como acontece agora. Outra percepção é sobre o regime de chuvas, que *antigamente era dividido*, seis meses de chuva e seis meses de seca, e que hoje o período de chuvas é de apenas três meses, sendo que antes eram seis meses de *muita água* e, hoje, são três meses de *pouca água*. As mulheres não sabem se o clima está mudando por si próprio ou se estão fazendo alguma coisa que *Deus está castigando a gente*.

A *quentura* do período seco é sentida na pele da mulher, a pele fica seca, *rajada*. Para hidratar a pele, além do uso do sabão de tingui, o óleo do tingui é usado como creme, *deixa a pele linda*, porém, esse uso vem sendo substituído por cremes hidratantes industrializados. A mulher também sente o efeito da seca pelos pés, mesmo estando de chinelos, principal calçado usado no dia a dia, pois com o chão quente, *estrala os pés da gente tudo*. As mulheres se protegem do sol usando um lenço na cabeça, e descrevem que usam desde quando nascem, não só para irem à roça, mas o tempo todo, que se acostumaram e que não acham *jeito com o cabelo se não for com esse paninho na cabeça*. Porém, quando vão para a cidade, sentem vergonha e às vezes retiram o lenço, mas quando estão na comunidade, gostam de usar o lenço e se sentem protegidas do sol.

Os lenços de cabeça, sempre coloridos, são uma ‘marca’ da mulher Kalunga, porém, esse costume não está sendo seguido pelas jovens, que possuem cabelos diversificados. Márcia sabe *colocar cabelo*, e faz disso uma fonte de renda, aplicando tranças, *black power*, *mega hair*, *crochet braids*³² nas jovens e mulheres da comunidade. As aplicações podem ser feitas com o próprio cabelo da pessoa, com cabelo sintético ou cabelo natural comprado. O valor do seu trabalho depende do tipo de aplicação, em torno de R\$ 50,00, podendo gastar 7 a 8 horas para trançar um cabelo, sendo que, muitas vezes faz de graça para quem não pode pagar. Márcia conta que trançou o seu cabelo em um salão, achou que ficou muito bonito e começou a trançar o cabelo de suas irmãs. Após adquirir experiência começou a oferecer os seus serviços às pessoas, e pretende ainda, fazer um curso profissional.

De volta aos trieiros, agora para a *panha* da lenha, pois é a mulher que alimenta o fogo do fogão a lenha. A lenha não tem *ponto certo* para apanhá-la, sendo que em alguns períodos

³² O cabelo *black power*, também chamado de afro, tem como principal característica o seu volume maior e corte arredondado; o *mega hair* é uma extensão adesiva do cabelo com o intuito de alongar os cabelos; e o *crochet braids* é uma extensão capilar aplicada bem próximo às raízes do cabelo com o uso de uma agulha tipo crochê.

do ano pode ser encontrada perto da casa, e em outros, é necessário caminhar *a distância quase de légua*. A seleção da lenha são os *pau morto* e a *lenha seca*. As mulheres conhecem todos os tipos de lenha, *nós divulga tudo que é os paus, sabe tudo*. As madeiras para a lenha são, entre outras, *murici, araçá, murta, cagaita, marmelada, craíba, gonçalo, mamoninha, jacaré, arco, pau ferro, jenipapo, pai pilão, vaqueta, tudo é lenha boa*. Porém, há duas madeiras que não servem para lenha, *o angelim no mandato do mais velho, via falar que a fumaça do angelim fazia cegava gente, e a sambaíba diz que faz dá dor nas pernas, desde o tronco do mais velho, via falando isso, já não queimava, aí a gente vai continuando fazendo*. Dirani conta que geralmente vai apanhar lenha junto com as filhas e os filhos, *vai uns seis panhá lenha, quando chega, nós traz uma viagem boa, aí nós leva uma semana sem panhá, de oito em oito dias, nós tem que tá apanhando*. Quando Dirani vai sozinha o intervalo de apanhar a lenha é bem menor, *aí com dois dias tem que tá panhando de novo*. Na época das chuvas, é preciso estocar a lenha em um local seco, *a gente tem que sair, panhar umas quatro, cinco viagens, e amontoar nas bicas da casa, para ver se vai adurando mais, e quando acaba tem que apanhar com chuva assim mesmo, prá mode ir botando dentro de casa prá ir enxugando*.

Para a *panha*, é preciso levar o machado para rachar a lenha, corda para amarrar o feixe, e um pano para fazer a *rudia*, uma almofada, para assentar o feixe em cima da cabeça. A dinâmica de coleta depende da lenha que vai sendo encontrada, podendo ser *um galho aqui, outro acolá, e vai juntando*, ou se deparar com *um pauzão, um muricizão seco, é muito grande, quando você acaba de picar tudo e já dá uma viagem prá todo mundo*. Ao ser questionada sobre o peso do feixe de lenha a ser carregado, Dirani explica que *isso aí eu nunca tive base não, eu boto lá no feixo e joga assim na cacunda, o peso que você aguentar arribar ele, e jogar na cacunda*.

É o trieiro que também conduz a mulher à procura de sua medicina: *imburana, sucupira, jatobá, poaia, aroeirinha, cancorosa, craíba, milome, salsa da beira do rio, quina, negramina, kalunga, mangaba, tatarema, assa-peixe, pau-d'óleo, caraguatá, araçá, angico, almesca, algodãozinho, carapiá, pacari, pimenta de macaco, jenipapo, fedegoso*, a lista não para. De rasteiras a árvores grandes, todas as plantas têm o seu lugar que o trieiro sabe levar. A prática da medicina tradicional é um aprendizado que as mulheres recebem, principalmente, de outras mulheres.

Se vai no mato derranca uma raiz de remédio, porque o cuidado de mãe e avó que me ensinou, minha mãe que me ensinou remedinho do mato, eu que sei cuidar de mim, cuido também prá mais alguém que precisar, de raiz, gente, nós todos compartilha, o remedinho do mato, mais saudável, muito saudável, e eu agradeço essa relação, e eu compartilhei um pouco de ideia, com minha avó, minha avó pró lado de meu pai se chamava Maria, hoje não tenho minha avó mais, aí minha mãe também me ensinou um pouco, tem minha sogra, que é a mãe de meu marido, eu fui para o cuidado de meu marido aos 16 anos de idade, aí ela me ensinou muitas coisas boas. (Entrevista com Fiota, 15 nov. 2021³³)

As plantas medicinais e remédios caseiros também são comercializados pelas mulheres, principalmente, nas formas de pós, chás, xarope e garrafadas. Dona Luzia é raizeira e diz que leva a sua *banca prá todo lado* e que as pessoas têm *muita fé* em seus produtos. Ela acredita que foi Deus que lhe deu os produtos que comercializa, porque não é alfabetizada, assim, foi Deus que lhe colocou no caminho de ser raizeira, e a cada dia lhe ensina mais, *cada dia Deus me dá os poderes*. Para a ‘validação’ de seus remédios, ela desafia qualquer pessoa a caminhar com ela pelo Cerrado, *prá conhecer as raízes que eu conheço, qualquer um me acompanha, que eu mostro*. Ela também garante que indica às pessoas apenas as plantas que conhece, *o que Deus me deu, eu dou pró outro e bebo também, não é prá dizer que eu dou pró outro e não bebo, eu bebo, não vou dar ninguém trem brabo que eu sei, uma raiz que sei que é braba, eu não vou dar prá ninguém*. Com o ofício de ser raizeira, Dona Luzia conta com satisfação que *garantiu a água lá em casa e também banhei lá no mar, minha dona, me levou lá, banhei no mar, tudo já me levou, com remédio, graças a Deus*. Porém, ela explica sua relação com a comercialização dos remédios, *tanto faz ter o dinheiro como não ter, eu dou remédio, se não tiver o dinheiro, eu dou, não é por via só de dinheiro, eu dou também, e com fé em Deus, eu tó seguindo prá frente*.

³³ A entrevista com Fiota foi durante *live* realizada pelo Projeto Mulheres Mestras, disponível na conta do Instagram de @thamile_vidiz, publicado em 15 nov. 2021.

2.4 CORPO ENSAMBLADO: MULHER KALUNGA E TERRITÓRIO

Figura 12 – Mimetismo mulher Kalunga e paisagem do Cerrado



Fonte: elaborado pela autora

A pesquisa, após seguir os movimentos da mulher pela estrada, trieiros e entrar em sua casa, agora, direciona o seu olhar para o corpo, na perspectiva de se aproximar ainda mais da vida vivida pela mulher. Num primeiro momento, o olhar da pesquisa submete o corpo da mulher ao pensamento visual e se aproxima mais de seus contornos do que de sua forma (Lispector, 1970). Esse olhar encontra a imagem mimética da mulher, um corpo que se contrasta e se mistura com os tons da vegetação do território.

Os tons da estação seca do Cerrado estão nas folhas verdes amareladas lustradas, muitas delas coriáceas, nos galhos *pelados* amarronzados das árvores decíduas, no capim beje, que junto a folhas secas caídas, cobrem de cor palha o chão de terra branca. Esse tom seco, amarelado, degradê se faz fundo contraste, para a flor roxa da sucupira, para o fruto amarelo da mangaba, para o vermelho do cajuzinho quase rasteiro, para o azul lá em cima do céu de inverno. Nesse cenário, a imagem da mulher que caminha por um trieiro se contrasta com a vegetação. Dona Amância veste saia de cor verde estampada com corações vermelhos e flores brancas, e blusa amarela com inscrições de uma mandala alaranjada ao centro com rosas ao seu

redor. O contorno do corpo ainda se expande para uma bolsa de retalho de cores branco e azul sustentada pelo ombro esquerdo, e para uma sacola de cor bege com desenhos em preto carregada pelo braço direito. Sua cabeça está protegida por um lenço de pano de cores rosa, lilás e vermelho e o seu pescoço reverencia um colar guia branco. O mimetismo do contorno do corpo da mulher e a paisagem do Cerrado está nas cores contrastes da vegetação entre flores, frutos, céu, roupas e adornos.

Em outro momento, a descoberta do corpo é percebida como condição permanente da experiência, um corpo que lida todo o tempo com a não-estabilidade (UNO, 2012). O corpo de mulher que vivencia a não estabilidade das estações do ano, pois o trabalho que é feito nas águas, entre os meses de outubro a abril, difere do trabalho realizado na seca, de maio a setembro. Na época das águas, a mulher está na roça; na seca, está catando os frutos do Cerrado, ralando mandioca para fazer farinha, fiando a linha de algodão no fuso. O corpo da mulher na seca é um e nas águas é outro.

A ambiência de cada estação é sentida na pele pelo corpo. Nas chuvas, a sensação é de *pele suave* e na seca de *pele rajada*. O caminhar da mulher nas *águas* é frescor, na seca é de um calor que vem do chão, da terra branca pisada descalça ou de chinelos. Essa não-estabilidade se potencializa com as mudanças climáticas, o corpo não sabe mais o que esperar, *o sol muito e a chuva pouca*, a estação das águas entremeada de veranicos cada vez mais longos. Além do que é sentido na pele, a falta de chuvas significa perda de parte da produção da roça, quase sempre significativa, o que impacta na estabilidade do trabalho do corpo. O serviço dos braços da mulher fica perdido na espiga de milho que não granou, no cacho de arroz que não *vingou*.

O sentir das estações com o corpo também é medo em vento, raios e trovões, *o que chega por cima da cabeça da gente, a gente não sabe o que é*. O desconhecido – o raio, a descarga elétrica, que não se pode prever quando e nem como chega, já matou criança, e deixou uma tristeza que nunca mais saiu do olho da mulher. Na seca, o medo vem com o fogo que pode *escapular* da queimada dos pastos e da roça e se alastrar pelo Cerrado. O fogo traz a impotência do corpo, pois *com o fogo não se afoita* e resta apenas a espera pelo socorro, confiar que a Brigada de Incêndios, que vem de Cavalcante, irá chegar.

Nas chuvas, os rios enchem, escorrem, esvaziam e enchem de novo. Essa não-estabilidade, de subida e descida das águas traz espera, o caminhar sossega, a roupa para lavar acumula, a água para beber precisa assentar, até que as águas voltem para a sua *caixa*. Já na seca, os rios que são parte dos trieiros deixam a mulher passar, levam e trazem todo o tempo. O caminho certo da mulher no mês de agosto é o Festejo de Nossa Senhora da Abadia, a sua

santa de devoção. A festa tem missa, reza, império, reinado, fogueteiro, banquete, forró, e principalmente, é o chão que a mulher dança a sussa.

A dança está no corpo da mulher desde menina, quando aprende a dançar a sussa equilibrando uma garrafa na cabeça. Fiota conta que aprendeu a dançar sussa com 10 anos de idade, com sua tia, *pensa mulher boa prá dançar*, que ela lhe chamava para as festas em sua casa, *eu ia dançar mais ela lá, fazia festa, nós dançava junto, batia bruaca, e ela dançava com a garrafa na cabeça, passava prá minha cabeça também, eu agradeço, ela, essa parte aí, essa dança, essa sussa, e passo essa relação prá outras que quê aprender*. O sentimento da dança é considerado um *refresco no coração*, um *alívio na alma*, um sinônimo de *alegria, saúde e mente feliz*. A dança como um ente de vitalidade do corpo, atravessa o tempo, vem vindo com as mulheres antigas e presentes, e compromete a imagem estável e evidente de seus corpos.

A sussa vem dos povo mais velho, né, dos antigos, né, daquela tataravó, vovó, bisavó, né, vem esse resgatamento, aí eu aprendi com uma tia minha que chamava Dominga de Cecília, e aí ela me ensinava, que ela era dançarina, dançava mesmo, sucupira fulô roxa, fulô de boa esperança, o amor que eu te queria, mandaram muita lembrança, eu vou sabiá, sabiá eu vou, você vai mais eu, eu vou sabiá, sabiá eu vou, você vai mais eu, eu vou sabiá, sabiá eu vou. (Depoimento de Fiota no vídeo “Mestres e Aprendizizes: Fiota Kalunga”³⁴).

Esse corpo dançante também é percebido instado no mundo, como um caminho de movimentos ao longo de um modo de vida (INGOLD, 2015). As práticas desse modo de vida revelam sua forma de existência, de um corpo que soca arroz no pilão; *pela* gergelim; põe semente de tingui de molho; torra castanha de indaiá; descasca jatobá; rala mandioca; filtra dicuada de cinzas; quebra coco indaiá; machuca entrecasca de angico; tira polpa do baru; seca semente de mamona; bate palha de gergelim; raspa polpa de pequi; tira talo de buriti; e assim por diante. Para a mulher cada *fazer* tem sua *perícia*, e num só dia realiza mais de dez tipos de serviços, e todos com *sentido*, *hoje eu convivo com as minhas naturezas porque minha mãe me ensinou*. As práticas vêm do aprendizado, do costume de fazer, e principalmente do gostar de fazer, *a gente nasceu fazendo, eu gosto de fazer, eu amo quando eu estou fazendo*.

³⁴ Vídeo “Mestres e Aprendizizes: Fiota Kalunga”, publicado em 29 jun. 2021 (BASSO, 2021).

2.5 FEITURA DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ

Figura 13 – Montagem visual da feitura do óleo de coco indaiá



Fonte: elaborado pela autora

A pesquisa, num contínuo ‘descobrir’ a vida vivida pela mulher, agora se aproxima do corpo que faz existir o óleo de coco indaiá. A palmeira Indaiá, como parte da existência de um povo, foi junto às gerações primeiras o ente que *matava a fome quando não se tinha mais nada para comer*, assim como, o ente que sempre proveu o óleo de coco, um ingrediente diário da alimentação Kalunga. Nessa relação ancestral de existência com a palmeira, a *lida* das mulheres

com o coco começa aos dez a doze de anos de idade, quando outra mulher, como a mãe, a avó ou a madrastra as levam para ir *ajudando e aprendendo* a coletar o coco e a fazer o óleo.

Quando adulta, a relação das mulheres com a palmeira se renova sempre que elas vão fazer as suas roças. Para fazer a *roça de toco*, ao cortar a vegetação nativa existente na área, preserva-se, principalmente, a palmeira Indaiá, que sempre é poupada do corte. Assim, a palmeira vive, principalmente, nas roças ou nas capoeiras, que são as áreas que já foram roças, foram abandonadas e estão se regenerando para um dia voltarem a ser roças. A capoeira é uma vegetação arbustiva de difícil penetração, com um emaranhado de galhos e ramos, e por vezes espinhos.

O coco utilizado para a extração do óleo de coco pode ser o fruto de duas diferentes palmeiras, a palmeira Indaiá (*Attalea compta*) ou a palmeira Pindoba (*Attalea eichleri*), também conhecida por Coco-painha, Painha ou Piaçava³⁵. A palmeira Indaiá tem em média 5 m de altura e a Pindoba é uma palmeira acaulescente, que possui um caule muito curto, parecendo nem existir, fazendo com que a palmeira tenha uma altura média de 1,5 m. Os cocos das duas palmeiras são semelhantes, *a diferença é porque o coco indaiá, os caroço dele é maior, e aquele pindobinha os caroço é mais pequeno*. Algumas mulheres não têm preferência quanto ao tipo de coco que coletam, *o óleo é um pelo outro*, porém, outras, preferem coletar o coco da palmeira Indaiá.

Vou para a casa da minha mãe colher o coco, porque é mais fácil para pegar do que aqui do meu lado, porque aqui do meu lado, às vezes só encontra mais fácil o coco de painha, eu acho que ele não rende muito, você quebra, quebra, e as castanhas é muito fininha, só que ele aumenta mais o óleo porque ele tem mais óleo, ele é até mais mole para você socar no pilão, mas os carocinho são bem pequenininho, esse é o coco pindoba, e aí na casa da minha mãe tem mais o indaiá, aí eu vou sempre para lá, para colher lá (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 13 fev. 2022).

A produção de coco varia de um ano para o outro. Dirani conta que a safra do ano de 2021 foi muito boa, *esse ano foi um bom tempo de coco, a mulher que não quiser tirar gordura esse ano é porque ela não quer, tem muito coco*, e explica que os frutos do Cerrado *tem um ano que ele dá mais, tem ano que não dá nada, tem uma época que você vai caçar coco e não dá, e tem outra época que ele dá coco para todo lado*. Nos anos que a produção de coco é pouca, *aí nós fica cancelado, vou passando necessidade*. Nestes anos, a obtenção do coco se evidencia em um esforço ainda maior para a produção do óleo, *às vezes você vai 4 a 5 Km a pé buscar coco, aí quando você chega lá o que consegue é meio saco de coco*. A alternativa encontrada é

³⁵ A classificação botânica das palmeiras Indaiá e Pindoba tem como referência a tese de doutorado de Renata Corrêa Martins, intitulada “A Família Arecaceae (Palmae) no Estado de Goiás: Florística e Etnobotânica”, cuja pesquisa de campo foi desenvolvida na comunidade Engenho II, território Kalunga (MARTINS, 2012).

pedir autorização para a coleta nas áreas de quem tem coco e não faz óleo, *ai tem hora que tem na área dos outros, a gente não pode entrar, eu mesmo não vou, se o dono falar que vai dar permissão para mode eu pegar, ai eu vou e pego*. As mulheres também relatam que já há uma pressão de coleta sobre o coco.

Tem muitas mulher que trabalha com o óleo, são muitas as mulheres que fabrica o mesmo produto, ai pode até ter muito coco, mas tem mais gente do que coco, tem muita colhedora de coco, às vezes você vai ali no Cerrado, pega do coco mais pequenininho, sem ser o Indaiá, você deixa uns cachos de coco lá hoje, lá para a outra semana ele vai estar caindo, você tarda um pouquinho, quando você chegar lá, já passou outra pessoa e já colheu (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 07 jan. 2022).

Para coletar o coco, a mulher espera que ele se solte do cacho e caia maduro no chão, não sendo sua prática cortar o cacho no pé. Essa prática de esperar o coco maduro cair no chão permite a alimentação de animais silvestres, como a cotia³⁶ que vem roer a polpa do coco. Na hora da coleta, as mulheres também preferem pegar os cocos roídos pela cotia, porque o coco sem polpa é mais fácil de ser quebrado para a retirada de suas castanhas. A cotia tem o hábito de carregar e juntar os cocos para roer e, de quando em vez, a mulher encontra um *ninho de coco da cotia*. A cotia é considerada a principal dispersora das sementes da palmeira. A referência de conservação da palmeira para as mulheres é que haja uma população com indivíduos em vários estágios de crescimento no entorno de uma ‘palmeira mãe’, que é uma palmeira mais antiga e em plena produção.

Ao se aproximar da palmeira que está *debulhando coco*, ou seja, quando o coco está caindo do pé, a mulher para, olha em volta, atenta à *rodilha* da bocarra, da jararaca ou da cascavel. Ela olha principalmente por baixo das folhas secas da palmeira caídas no chão, e se previne do *bicho ruim*, que fica à espreita de pequenos animais. Em uma roda de conversa, as mulheres contam com humor os perigos da coleta do coco, *vai catar o coco, dá fé do miado da onça; a gente corre. Pior do que a onça, é a rodilha de cobra no pé do coco com bote feito para pegar o bicho que vem roer o coco; a gente corre. Mas, pior ainda do que a cobra, é o maribondo que não dá tempo de correr*.

A coleta do coco faz com que as mulheres, muitas vezes, fiquem com o corpo arranhado por espinhos, pois ao abaixar *numa palha* para pegar os cocos no chão, pode acontecer de um

³⁶ As cotias são animais que vivem no continente sul-americano. No Brasil, são encontradas em todos os biomas, desde ecossistemas de cobertura vegetal mais densa a campos abertos. No bioma Cerrado a espécie ocorrente é *Dasyprocta azarae*. As cotias são roedores que se alimentam de frutos, folhas, sementes e raízes. Esses animais podem armazenar em seu território alimentos para períodos de escassez, e por isso, se constituem em importantes dispersores de sementes (PUC-GOIÁS, 2022).

espinho ou um galho pontudo provocar um ferimento. São muitas as histórias de ferimentos, como um galho que bate no olho e faz com que a mulher fique dias sem trabalhar e sentindo muita dor. Outras histórias são contadas com humor, como Dirani que havia acabado de *colocar cabelo*³⁷ e que ao fugir de maribondos, parte do seu cabelo novo ficou preso na palhada da capoeira.

Após a coleta, a mulher precisa transportar o coco até a sua casa. Muitas vezes, o coco é coletado num dia, amontoado em diferentes pontos do trieiro que corta a capoeira, e só no outro dia que a mulher vai buscá-lo. Os cocos são colocados em sacos e carregados na cabeça por longas distâncias, *amarra o saco e põe na cabeça prá trazer prá casa, aquele saco de 60 quilos, eu arribo um saco cheio*. As mulheres se queixam que transportar o coco é um trabalho muito pesado, e quando chega à noite, o estômago dói por causa do esforço da caminhada carregando peso. Ao chegar em casa, os cocos são amontoados no quintal e ficam ali secando ao sol, em média por 15 a 30 dias, antes de serem quebrados. Porém, os cocos podem ser armazenados por um período mais longo de tempo, em geral, até quatro meses, quando a safra do coco é muito boa.

Esse inverno que teve, aqueles cachos que estava maduro caíram quase todos, agora com a cobertura que a chuva abriu, agora dá de as pessoas coletar, que ele está molhado, colocar aqui dentro de casa, para ir secando, para poder ir quebrando ele durante uns três, quatro meses dentro de casa (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 18 jan. 2022).

O coco que vem do campo pode conter uma larva em seu interior, que se alimenta da castanha, e neste caso, o coco não é aproveitado e o esforço de carregá-lo fica perdido, *os bichinhos que são do coco mesmo, aí ele come o coco todo, aí você não vai adivinhar se ele está estragado ou se ele está bom, quando você está colhendo, imagina trazendo esse peso todo para a casa, a recompensa é baixa*. A presença da larva do coco, segundo Dirani, está relacionada com a fase da lua, *aqueles que não cai com a lua nova, ele não dá bicho quase, e o que cai quando a lua tá nova, aí ele dá bicho*.

A quebra do coco para a retirada de suas castanhas, de suas *baginhas*, é realizada com o auxílio de pedras, e é considerado um dos trabalhos mais difíceis na preparação do óleo. Para isso, normalmente, a mulher utiliza um conjunto de pedras, sendo uma pedra grande onde a mulher se senta, outra pedra grande plana utilizada para apoiar o coco a ser quebrado, e mais

³⁷ Os termos *colocar cabelo* e *emendar cabelo* são usados quando as mulheres fazem apliques de cabelo tipo trança, *black power*, *mega hair* ou *crochê braids*. A aplicação pode ser feita com o próprio cabelo da pessoa, com cabelo sintético ou cabelo natural comprado.

duas pedras redondas, uma maior e outra menor, que são lançadas sobre o coco para quebrá-lo, *eu arribo a pedra só com uma mão e quebro o coco*. A pedra redonda maior, pesando em torno de 3 quilos, é utilizada para quebrar cocos maiores, e a menor, pesando em torno de dois quilos, para quebrar cocos menores. A pedra plana que apoia o coco, com o tempo, vai se desgastando e forma em seu centro uma cavidade no formato do coco, que ajuda o coco a não *espirrar* no momento da quebra.

Para produzir o óleo, as mulheres gostam de juntar bastante coco, *á eu colho, quebro bastante, bastante mesmo, deixo render muito para poder tirar o óleo, quando a gente vai começar a fabricar os óleos, eu gosto de fabricar muito*. A mulher fica em torno de duas, três ou mais horas seguidas sentada quebrando coco, sendo esse trabalho pausado apenas para a realização de outras atividades, como fazer almoço, para depois ser retomado novamente. A quebra do coco provoca fortes dores nas costas das mulheres e também faz com que a sua mão fique inchada ao final do dia. A pedra também pode provocar acidentes, como pegar na ponta do dedo, e provocar um hematoma: *a ponta do dedo fica azul*. As crianças também podem se acidentar na quebra do coco, como aconteceu com o filho de Fiota, que ao se aproximar pelas costas da mãe, e sem que ela percebesse, colocou a mão sobre o coco e a pedra quebrou o seu dedo. Ao quebrar o coco, também há o perigo do coco *espirrar, escapulir*, e atingir com força uma parte do corpo da mulher. Depois do coco quebrado, as castanhas são retiradas de dentro do *osso do coco*, de seu interior, ou seja, do endocarpo do fruto, com o auxílio da ponta de uma faca, o que por vezes, também pode provocar cortes nas mãos das mulheres.

Após a quebra, as castanhas são lavadas com água e colocadas ao sol para secar, *no estaleiro*. O preparo do óleo é feito na lua crescente, *na base que a lua tá agora, que vai prá o crescente, aí o óleo rende mais, quando a lua tá na cheia, aí dá muita borra, quando a lua tá na minguante e na nova, o coco não rende o óleo*. Para iniciar o preparo, as castanhas que foram secas ao sol são torradas no forno de fazer farinha, sendo necessário virá-las continuamente.

As castanhas torradas são levadas ao pilão, para serem socadas até virar uma pasta líquida. Este serviço também é considerado muito pesado, porque exige muita força em movimentos contínuos, de levantar e abaixar a mão de pilão, para dentro e para fora do pilão, o que segundo as mulheres *abre o peito* e pode provocar o aparecimento de uma hernia na barriga. Com a chegada da energia elétrica na comunidade, o pilão vem sendo substituído pelo triturador elétrico, porém, são poucas as famílias que possuem o equipamento, *porque aqui mesmo prá nós triturar um coco, nós tem que pagar os outros, nós triturar para tirar os óleos, eu ainda estou dependente de ir prá casa dos outros, pagar pró outros*.

A pasta líquida de castanhas é então levada ao fogo, numa panela grande, colocada em uma fornalha feita no quintal. Para alimentar o fogo da fornalha, a mulher busca lenha na cabeça e racha essa lenha com machado. Após colocar *a massa de castanhas na panela se acrescenta água. Essa mistura fica fervendo por um* longo período, até que o óleo comece, aos poucos, a se separar da mistura líquida, *a gordura brota*, quando é coletado com uma colher. O óleo retirado da mistura ainda possui água e vai para outra panela menor, no fogão a lenha da cozinha, para ser apurado, ou seja, para que toda a água seja evaporada, restando apenas o óleo. Apurar o óleo requer muita atenção, pois se passar do ponto, o óleo pode queimar e ficar escuro, o que diminui a sua qualidade. O preparo do óleo na fornalha faz com que a mulher inale fumaça, o que pode provocar problemas respiratórios, principalmente nos meses de baixa umidade relativa do ar. Por último, o óleo apurado, o óleo pronto, é engarrafado, ou seja, envasado em garrafas pet reaproveitadas, e guardado para ser consumido ou comercializado. As mulheres produzem em média 10 litros de óleo a cada dois meses.

Minha provisão, minha promissória que eu apronto para você, eu dou a minha relação, assim, juntando o coco, vai no mato, pega o coco, bota para secar, deixa uns 15 dias, um mês, porque ele fresco não quebra, aí vai, quando chegar no outro mês, quebra ele, para tirar o óleo, dá para tirar 10 litros, dá para tirar mais, mas é porque para quebrar o coco, é muito, dói os braços, minha relação é isso aí, 10 litro ou mais, já acostumei tirar aqui, nos dois meses (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 13 fev. 2022).

2.6 CORPO ENSAMBLADO: MULHER KALUNGA E PALMEIRA INDAIÁ

Figura 14 – Corpo Mulher-Palmeira



Fonte: elaborado pela autora

A pesquisa, após se aproximar da *feitura* do óleo de coco pelos contornos, movimentos e práticas do corpo da mulher, agora, olha para a ensablagem desse corpo com a materialidade do corpo da palmeira. Para isso, compreende que dar corpo à palmeira é dar corpo à sua aliança com a mulher. Um corpo de palmeira adulta, com mais de 10 metros de altura, que produz 12 cachos de cocos ao ano e que vive na capoeira de uma antiga roça. Um corpo de palmeira com mais de 100 anos de idade e que conheceu as mulheres que vieram antes da mulher que vive agora naquele território. O que esse corpo de palmeira já presenciou? A pesquisa enxerga a palmeira como morada de uma ancestralidade comum à mulher, sendo a sua corporeidade o ‘testemunho’ de suas relações de existência naquele lugar que sempre ocupou.

O que desse corpo da palmeira é dado em aliança à mulher e o que ele recebe? Quais as ações corporeificadas que estão presente nessa relação? Sem a pretensão de responder a essas questões, e sim trazer elementos da materialidade dessa aliança, parte-se do pressuposto da intencionalidade da palmeira em prover o seu fruto para a mulher. O coco é uma expansão do corpo da palmeira, abrindo esse corpo a agenciamentos e conexões (Uno, 2012). Essa

intencionalidade iminente à ação se vincula a um interesse comum: o de criar condições favoráveis para uma coexistência. Merleau-Ponty (1992) diz que eu só consigo compreender a intencionalidade do outro – e sua atitude para comigo – porque através do meu corpo posso torná-la minha, assim, a pesquisa defende que o coexistir mulher e palmeira é cointencional, é cooperativo, e o óleo de coco é parte do corpo da palmeira e do corpo da mulher.

Essa cointencionalidade de corpos é percebida na vitalidade da palmeira que dá seus frutos às mulheres, aos pássaros, aos roedores, e em cooperação, as mãos da mulher não cortam o pé da palmeira na hora de fazer a roça e nem os seus cachos de coco que alimentam os animais silvestres, que por sua vez, disseminam as sementes da palmeira. Essa cooperação se estende quando a mulher se sente indignada com as queimadas, aquelas colocadas no Cerrado, porque sabe que se o fogo atingir a *cabeça* da palmeira, ela vai morrer. A palmeira é parte da casa paisagem da mulher, ela é morada de pássaros e plantas, é nela que a arara pousa, é nela que a baunilha do Cerrado sobe. Esses gestos corporais vão além, quando a palmeira e a mulher sentem, no espaço-tempo, as mudanças climáticas. A organicidade desse momento, de não compreensão, de não saber o que fazer, de impotência, está em seus corpos coexistentes. A falta de chuvas atinge a palmeira, seu corpo produz menos coco, a falta de chuvas atinge a mulher, seu corpo colhe menos cocos.

O caráter corpóreo da significação dessa relação aponta para os gestos, como movimento expressivo originário da linguagem entre a mulher e a palmeira (MERLEAU-PONTY, 1992). É o corpo da mulher que constrói em gestos essa linguagem com a palmeira, o corpo é o meio que permite a interação, é o corpo que pode falar, porque se molda nessa relação. O corpo comunica até quando a menina ainda vai precisar das duas mãos para levantar a pedra que quebra o coco; decide o peso do saco de coco que a menina consegue carregar na cabeça; é o corpo que aumenta aos poucos o ritmo das mãos da menina que movimentam a mão de pilão ao socar castanha; e que cresce a responsabilidade de não deixar o óleo queimar na panela. A relação inversa também é sabida, o corpo envelhece, e molda novos gestos, mais lentos e doloridos de se fazer o óleo. O corpo se molda e mediatiza a relação tempo-fazer da mulher com o seu território e por conseguinte com a palmeira (MERLEAU-PONTY, 1999).

O corpo moldado é o meio, o propósito, para o devir óleo, de uma gênese que parte de um corpo sólido – o coco, e que se liquefaz em óleo, um corpo de fluidez. Essa fluidez é impulsionada por rupturas. Inicialmente, o coco se solta do cacho e cai de cima da palmeira no chão, uma separação-primeira de individualização do seu corpo. A segunda ruptura se dá quando a mulher quebra com uma pedra o coco e expõe suas castanhas. A terceira ruptura, quando as castanhas são socadas, tanto e tanto, que se desestruturam em uma pasta líquida

dentro do pilão; e por último, a individualização do óleo sobrenadante na água dentro da panela. A vitalidade do óleo é constituída pela energia do sol na formação do coco, pelo calor do corpo da mulher que o prepara para o estado líquido, e por fim, pelo fogo que o liberta para o estado-movimento. O óleo é coco-castanha liquefeito pelo calor de corpos: um óleo corporificado.

Esse devir óleo, que parte das propriedades inerentes ao coco indaiá, poderia se expressar de diversas outras formas, que não fosse o óleo corporificado, e só o é, porque é provido de qualidades advindas da percepção sensorial e o envolvimento prático do corpo moldado da mulher Kalunga e da palmeira Indaiá (PYE, 1978). As propriedades do óleo não são só atributos do coco indaiá, mas uma história que acontece à medida que essas propriedades fluem, se misturam e se modificam (GIBSON, 2015).

A vida vivida pela mulher Kalunga tem elementos fundantes em sua corporeidade, o que lhe permite existir para aquele território e por causa daquele território. A feitura do óleo de coco só é possível porque a mulher possui aquela corporeidade em cooperação e coexistência com a palmeira Indaiá. A decomposição sociomaterial do corpo da mulher em movimentos, contornos, gestos e afetos é um meio de compreender esse corpo como extensão de seu território para o devir óleo. E por conseguinte, é essa decomposição que apresenta elementos empíricos, informações e conhecimentos para a composição do corpo do óleo de coco. O óleo de coco é a expressão da territorialidade do corpo da mulher e da palmeira.

3 MULHERES KALUNGA NAS TRILHAS DA COMERCIALIZAÇÃO DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ

O óleo de coco foi o principal óleo de cozinha da mulher Kalunga, utilizado no dia a dia para *temperar* todo tipo de comida, como arroz e feijão, e no preparo de bolos e biscoitos. O óleo era um ente de troca entre as mulheres, quando o óleo de uma mulher acabava, ela pedia emprestado para outra mulher até fazer o seu óleo e devolver a quantidade emprestada, mas nunca ficava sem o óleo. As mulheres também afirmam que, *antigamente*, o óleo era uma ‘moeda’ de troca dentro da própria comunidade, sendo trocado por diversos produtos. O óleo era trocado, por exemplo, por *chinela*, sendo que 2 litros de óleo valia uma *chinela*; o óleo era trocado por cachaça para o Imperador oferecer no Festejo de Nossa Senhora da Abadia, sendo que um litro de óleo valia um litro de cachaça. O óleo também era levado pelas mulheres, em torno de 4 a 6 litros por vez, para ser comercializado fora da comunidade, principalmente na cidade de Cavalcante, sendo o dinheiro utilizado para comprar, entre outras coisas, roupas e material escolar para as crianças.

Nesse período, o óleo de coco era comercializado em embalagens reutilizadas, como garrafas *pet* de refrigerante e garrafas de vidro de cachaça. As garrafas *pet* eram doadas principalmente por donos de bares em Cavalcante, *aquele bujão de coca que eles bebiam na cidade e eu trazia prá cá*. Já as garrafas de vidro de cachaça, conhecidas por *garrafas de casco*, eram obtidas, principalmente, no Festejo de Nossa Senhora da Abadia. O Imperador do Festejo oferece a bebida durante a festa aos participantes, assim como, a bebida é comercializada em barraquinhas, e ao final da festa sobram muitos *cascos* vazios que são doados para quem quiser levar.

A garrafa *pet* de 2 litros, conhecida por *bujão* ou *boia*, era muito usada para transportar o óleo até a cidade, pois parte da viagem era feita no *lombo do animal*, e se o óleo fosse envasado em garrafa de vidro, corria o risco de quebrar. Junto às boias eram levadas também garrafas de vidro reutilizadas, principalmente de cachaça da marca 51, bem lavadas e secas. Quando chegavam à cidade, o óleo era transferido das boias para as garrafas de vidro para ser comercializado no volume aproximado de um litro. As garrafas eram cuidadosamente tampadas com rolha de buriti ou cortiça e envolvidas por um pedaço de plástico para que o conteúdo não vazasse.

A qualidade do óleo comercializado era garantida pela *palavra*, pela credibilidade de quem vendia, *sabe que é umas coisas bem feitas, que não tem mistura, ela só gosta limpo mesmo*. A mulher construía uma credibilidade, *já chegava me perguntando cadê os óleos*,

levava e vendia, só que não tinha nada de validade e nem rótulo, quem conhecia já conhecia, quem não conhecia acreditava. A qualidade do óleo chegava a ser garantida até pelo fato de não se misturar o óleo de coco produzido em datas diferentes, como conta Vanderli sobre como a sua mãe garante a qualidade do óleo de coco que produz.

[...] se não dá um litro completo ela (Dona Ivani) nem coloca outro óleo que ela já tirou, ela já mede as castanhas do coco tudo medidinho para dar aquelas medidas, quantas medidas de castanha é quantas medidas de óleo, entendeu, se for 4 litros de castanha, se for numa lua boa, numa época de fabricar o óleo, vai dar um litro certinho, entendeu? E é isso aí! (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 out. 2022).

A comercialização do óleo de coco em quantidades maiores é mais recente, proporcionada, principalmente, pela construção da estrada, em 2010, que liga a comunidade à cidade de Cavalcante; e também com o advento cada vez mais forte do turismo na região, sendo Cavalcante e Alto Paraíso de Goiás as principais cidades turísticas da Chapada dos Veadeiros. Porém, a principal referência de comercialização para as mulheres foi a realização, em 2001, do “I Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros”, também conhecido por *Festival de São Jorge*. O encontro é realizado anualmente, na cidade de Alto Paraíso, e desde a sua primeira edição, algumas mulheres da comunidade Vão de Almas vão para dançar sussa em apresentações culturais e comercializar seus produtos.

A possibilidade de as mulheres saírem da comunidade para comercializarem seus produtos se apresenta junto a variáveis como idade, estado de saúde, se tem filhos pequenos, se cuida de idosos, se tem acesso à internet, se tem ajuda da família, entre outras questões. As mulheres com mais idade, aposentadas, produzem uma quantidade menor de óleo, e na maioria das vezes, continuam comercializando o óleo envasado no litro, na própria comunidade, para quem vai até à sua casa. Elas também costumam vender para clientes antigas, principalmente de Cavalcante, com um histórico de encomenda do óleo. Outras vezes, vendem para parentes, como irmãos, sobrinhos, entre outros, que revendem o óleo na cidade. Esta também é a estratégia de mulheres que conseguem produzir o óleo em maior quantidade, mas não conseguem sair de casa, seja por questões de gênero e o marido não permite, seja porque precisam cuidar de alguém que tem problema sério de saúde, *mas para nós que não vai em feira, a saída fica mais pouca, e a gente vende mais é o litro.*

As mulheres que produzem o óleo em maior quantidade, e têm condições de sair da comunidade, desenvolvem diversas estratégias para a comercialização, tanto do óleo de coco como dos diversos outros produtos que sabem fazer, como óleo de pequi, óleo de mamona,

farinha de jatobá, como já descrito anteriormente. A principal forma de comercialização é direta ao consumidor, sendo o produto encomendado e entregue nas casas das pessoas ou em pousadas, principalmente nas cidades de Cavalcante e Alto Paraíso, *eu faço minhas entregas*. As mulheres chamam os consumidores que têm o costume de comprar os seus produtos por *amigas ou amigos*, assim como, chamam os seus produtos por *minhas coisas*.

A conquista desse consumidor, *amiga ou amigo*, pode ser através da participação em feiras, que após uma primeira venda torna-se seu cliente fiel pela qualidade do produto; ou ainda, por meio de indicação, quando um consumidor adquire o produto, gosta e indica para outra pessoa que se torna cliente também, o chamado *de boca em boca*. Outra forma é por meio de redes que se formam podendo envolver parentes, amigos, colegas ou empreendimentos que revendem seus produtos. A participação das mulheres em projetos de desenvolvimento comunitário também proporciona novos contatos e a abertura de espaços de comercialização. E mais recentemente, por meio da internet, com a divulgação dos produtos em redes sociais e pelo aplicativo WhatsApp. Para compreender esse universo da comercialização do óleo de coco, assim como dos diversos outros produtos Kalunga, a pesquisa seguiu as trilhas da comercialização de três mulheres da comunidade Vão de Almas: Fiota, Dirani e Vanderli.

3.1 FIOTA: DEUSAMIR FRANCISCO DA CONCEIÇÃO

Figura 15 – Fiota: Deuzamir Francisco da Conceição



Deuzamir Francisco da Conceição, conhecida por Fiota, tem 48 anos, mora na comunidade Vão de Almas, próximo ao rio Capivara, mãe de 7 filhos e casada com Calisto. As trilhas da comercialização iniciaram na vida de Fiota desde cedo e foram se abrindo aos poucos. Ela conta que sempre teve o sentimento de ser *mascate*, *vou saindo, dentro do meu 10 anos, minha forma de trabalho, parece que, quando eu nasci da barriga de minha mãe, parece que foi aquela relação, só de eu trabalhar e de eu andar*. Fiota define o objetivo da comercialização como parte de sua existência e de suas filhas e filhos.

[...] eu vou sair para vender as coisinhas para trazer pró cês (filhos), o que não tem aqui, eu vou caçar lá, vender minhas coisas, prá modo eu trazer pró cês, né, eles ficavam tão alegres, os meninos, mamãe saía, a mamãe vai sair, vai caçar, andar, vender as coisinhas, vender o óleo de coco, aí eu levava para vender, aí eu trazia as coisinhas, né, prá eles, o que não tinha aqui, nós trazia de lá da cidade. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jan. 2022).

A sua primeira referência de uma comercialização maior foi aos 16 anos, já casada com Calisto, quando forneceu 24 litros de óleo de coco para moradores de um condomínio, localizado em Alto Paraíso, obtendo uma renda significativa. Ela conta que a comercialização se expressou mais fortemente a partir de 2001, por sua participação no 1º *Festival de São Jorge*, e em todas as edições seguintes do evento. Em cada edição do festival ela passava 15 dias vendendo seus produtos, tanto durante o encontro, como aproveitava para *mascatear* em Alto Paraíso, oferecendo os produtos aos moradores da cidade e aos turistas, e assim conquistou várias *amigas*, como ela mesmo chama as pessoas que compram seus produtos. Paralelo a isso, o seu marido, Calisto, *trabalhava braçado* nas cidades de Alto Paraíso e Cavalcante, e foi identificando consumidores para comprar os produtos, *e com pouco foi saindo, saindo, e trazendo essas coisas que o povo queria, e aí, eu fui tirando toda a coisa que ele falava, Fiinha, tá precisando, eu ia no mato fazia isso tudo, tudo, e entregava ele*. Em 2008, Calisto fez curso e se tornou guia turístico na Chapada dos Veadeiros e aliou à nova profissão a comercialização *das coisas da Fiota*.

[...] a fonte da gente vender as coisas é o conhecimento que a gente vai tendo, eu tenho um bando de conhecimento através de eu guiar, o guia, eles procuram o que a gente faz, do que a gente vive, se a gente tem um salário, sempre, eles procuram a gente e a gente vai contar a situação da gente, sempre eu tenho uma garrafinha, qualquer um produtinho dentro da minha bolsa, para mostrar, outras vezes, eu até dou as coisinhas, a pessoa volta, me compra mais, traz outras pessoas que eu nem conheço, que compra da gente, é assim. (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

A profissão de Calisto, de guia turístico, também abriu portas junto a instituições e organizações e consequente participação em projetos, como a parceria da família de Fiota com a Faculdade da UnB de Planaltina, *aí eles veio prá cá, aí eu guiei eles, já tem muito tempo, né, guiei elas e falei que a gente tinha, nós já vendia as coisas, entendeu, então a gente foi para uma feira lá em Brasília*. Também foi Calisto que guiou as assessoras técnicas da organização Slow Food para a implantação do projeto Fortaleza do Gergelim Kalunga, *para fazer um projeto aqui, nós desceu prá aqui, para o Vão de Almas, foi na Procopa e fomos no Vão do Moleque, eu era o guia delas, é o Slow Food que tava trabalhando com o projeto do gergelim*. O projeto envolveu a família de Fiota, o que lhe proporcionou participar de diversas atividades, e Calisto se tornou a referência do projeto Fortaleza do Gergelim Kalunga no território (ZOCCHI, 2017; DIAS, 2018; SILVA, 2019).

No início, Fiota saía para comercializar seus produtos junto com Calisto, porém, as oportunidades de participar de feiras e eventos, na maioria das vezes, se restringiam a apenas uma pessoa da família, e por isso, Fiota passou a participar sozinha e se tornou uma referência do trabalho que realiza, *aí eu ia mais ele, aí não, você mesmo leva, para a pessoa conhecer você, aí eu ia, chegava lá, eu vendia*. Quando questionada sobre se há algum conflito familiar, principalmente com o seu marido, por ficar vários dias fora de casa, Fiota esclarece que tem uma relação de *liberdade, direito e honra* com Calisto.

[...] e aí, era assim, a minha honra que eu tinha, toda a liberdade, sempre já fui, já fui ter minha libertação de andar, desde dos 10 anos, e tem essa concorrência que meu marido, Calisto, tem uma honra comigo, eu tenho uma honra com ele, que ele tem toda liberdade comigo, prá mim andar, eu tenho todo direito, eu deixo todos os direitos deles e o meu, meu assim, meu, minha honra, que eu tenho toda a honra de eu andar, levo toda a honra, prá pessoas, prá amigos, prá amigas, e tenho minha honra prá mim, pró lado de meu marido, uma honra muito grande, é por isso que eu tenho todos trabalhos, toda a relação dos meus trabalhos, eu tenho meus trabalhos, muito trabalho, eu gosto do meu trabalho, e sou assim, sou muito prestativa de meu trabalho. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jan. 2022).

Outra questão que se colocava para Fiota sair e comercializar seus produtos diz respeito aos seus filhos que eram pequenos. Porém, ela explica esse fato como um modo de ver a vida, um olhar de mulher, que se sustenta na cooperação, que deixava os seus filhos pequenos com suas comadres, *que sabe como é que é a dificuldade de uma mãe pela outra, e de um filho para cuidar, de um filho pelo outro*. Ao deixar os filhos na casa de suas comadres, *tinha a maiorzinha que ficava cuidando do mais pequeno na casa delas, e eles vinha cuidar de minha casa, os meninos mais maiorzinho*. Para cuidar dos filhos, Fiota considera que é preciso haver muito amor, *prá tratar bem*, e que ao deixar os filhos com outras pessoas estava lhes ensinando o

convívio, *tem que viver papai e mamãe, mas tem que viver os outros também*, e a ter boas relações com as pessoas, *tem que ser também, ter concorrência, toda relação junto com os outros, aí eles já pega responsabilidade com os outros também, oh aquele filho de fulano, é muito humilde*. Fiota explica que há uma diferença entre dar e deixar os seus filhos na casa de alguém, *não vou dar meus filhos nenhum prá ninguém criar, eu vou deixar, hora que eu sair prá andar, prá mascatiar minhas coisas*, e considera que essa atitude é uma *inteligência* sua, que proporcionou criar seus filhos. Ela também considera que essa *inteligência* fez com que um de seus filhos, que já tem 18 anos, possa trabalhar em casa, e não precisar sair da comunidade.

[...] só no rala aqui em casa, eu saio mais o pai, mascatia as coisas, daqui prá acolá, vou prá Alto Paraíso, chega, o que ele pede, mãe eu quero isso aqui, mãe eu quero 50 reais, mãe eu quero 200, pois, nós, das coisas que eu levo daqui, prá vender fora, eu trago o dinheirinho, dou prá ele, porque menino de 18 anos já tá querendo comprar essas coisinhas dele, e aí é assim, a vida é essa aqui. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jan. 2022).

A comercialização dos produtos se tornou a principal renda da família. O trabalho envolve Fiota e sua nora Jucilene em tempo integral, *e aí minha nora trabalha junto comigo, panha meus cocos, se for relendo mandioca ela tá de cima, e vai, assim, ela é guerreira mesmo, só Deus que sabe o que eu falo por ela*. O trabalho também envolve o marido de Fiota que é guia turístico, com já descrito, sendo responsável principalmente pela divulgação e entrega dos produtos aos consumidores, *Calisto que sabe mexer com isso aí, negócio de Correio, negócio de lotação né, aí eu faço minhas coisinhas aqui cá em casa, e Calisto resolve prá mim sobre essa parte*. O filho mais velho de Fiota, conhecido por ‘Guerreiro’, de 32 anos, também participa da produção, *Guerreiro também trabalha aqui, com nós, gera o dinheirinho também, e também ele trabalha braçado, pró outros, igual no Alto Paraíso, vai, as pessoas pedem ele, trabalha uns dez dias, seis dias, e volta prá aqui, aqui prá dentro da casa mesmo*. O filho Carlos, de 20 anos, também participa do trabalho junto à família e faz trabalho braçal na comunidade, *nunca saiu aqui de casa, ainda tá aqui nos cuidados, nunca saiu prá trabalhar, prá lugar nenhum, trabalha aqui, braçal, aqui pró outros aqui*. Os filhos mais jovens de 15 e 18 anos só trabalham em casa, *mas prá trabalhar de diária pró outros nunca, só no rala aqui em casa*. Os netos de Fiota, que são em sete, também se envolvem no trabalho numa relação de aprendizado.

Eu sou mãe de sete filhos e vó de sete netos, eu tó satisfeita com meus netos, no momento eu vou pró mato panhá minhas frutas, meus neto que dá de ir pró mato vai mais eu, vamo embora, esses neto vai mais eu pró Cerrado, coletar fruta, cê vê como é que é os meus netinho comigo, e gosta de trabalhar comigo, compartilhando o trabalho deles comigo e eu também compartilhando o meu trabalho com eles. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 12 fev. 2022).

A família hoje possui diversas estratégias para a comercialização dos seus produtos. Os produtos são comercializados na própria casa, principalmente para turistas que vão conhecer a comunidade e/ou ‘conviver’ com a família. A casa possui uma pequena pousada, com a estrutura de dois quartos com banheiro, para hospedar turistas, assim como, um local específico onde os produtos ficam expostos para serem comercializados. Porém, a principal forma de comercialização é através da participação de Fiota em feiras na cidade de Alto Paraíso e em Brasília, assim como, nos feriados, quando Fiota monta sua *banquinha* na vila de São Jorge, município de Alto Paraíso, que é porta de entrada do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros. A aliança de Fiota e Calisto fez com que identificassem um número significativo de consumidores e desenvolvessem parcerias com empórios, restaurantes, redes de comercialização e criassem um grupo de venda no aplicativo WhatsApp. Atualmente, a família envia produtos via Correios para diversos estados brasileiros, principalmente para São Paulo e Rio de Janeiro, e comercializa diretamente produtos em maior quantidade para consumidores em Brasília.

A principal dificuldade para a comercialização dos produtos de Fiota é o transporte dos mesmos da comunidade Vão de Almas até a cidade de Cavalcante. Esta dificuldade se potencializou depois que a ponte sobre o rio das Almas, que dá acesso à comunidade, caiu no final de 2021, *eu tenho 48 anos, nunca tinha ponte, e a ponte fez ano trasado, e aí a chuva veio e levou a ponte, nós não pode desagradecer de Deus, porque Deus manda e Deus colhe*. No período chuvoso, a família precisa enfrentar as cheias dos rios Capivara e Almas, sendo que o rio Capivara, por ser menor, espera-se as águas baixarem, e o rio das Almas é transposto por canoa, o que dificulta o transporte dos produtos, *a modo o rio, só com a chuva apaziguada, aí a gente solta o rio, agora mesmo deu uma apaziguadinha aqui, mas está fazendo mormaço de novo*. A família também considera muito alto o custo do transporte dos produtos da comunidade à Cavalcante, feito pelo *caminhão da linha*, e principalmente o custo do transporte de Cavalcante para Brasília, feito por carro de lotação, *prá Brasília, quando tem muita coisa, eu pago o loteiro, vamos supor, 100 quilo de cajuzinho eu pagava 100 reais para levar, cobrava 1 real por quilo, aí eu aproveitava e mandava uma caixinha com 10 garrafinhas de óleo de coco*.

Outra dificuldade enfrentada pela família é a falta de nota fiscal dos produtos. A não regularização fiscal dos produtos impacta na quantidade a ser comercializada, *se a gente tem um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), a gente vendia muito, muito, muito, eu tenho os canal de vender, aí a gente comandava*. Esta questão também impacta na quantidade de produtos que pode ser transportada, porque mesmo que o cliente concorde em comprar sem

nota fiscal, há o risco do carro da lotação ser parado na rodovia por órgãos de fiscalização e os produtos serem apreendidos, por não possuírem nota fiscal.

[...] às vezes uma pessoa quer comprar, mas quer comprar bastante, mas não tem como a gente mandar bastante, você tem que mandar é caxetinha, o máximo que eu exporto aqui é dez garrafinhas, eu não posso exportar mais, que é perigoso pegar eles na estrada e tomar porque não tem nota fiscal, não tem o CNPJ, essas coisas, nunca pegou nada meu, que eu mando, eu mando, como dizer do povo, para o outro lado do mundo, eu tó mandando coisa quase, mas nunca pegou meu não, graças a Deus (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022)

O evento da pandemia da COVID-19 provocou mudanças de rumo na trilha de comercialização que a família vinha construindo ao longo dos anos. O principal impacto foi a diminuição do fluxo de turistas na região e a paralização das feiras em Alto Paraíso que Fiota participava todo mês e o cancelamento das edições presenciais do Festival de São Jorge, o principal espaço de comercialização dos produtos. No período, a comercialização dos produtos se sustentou principalmente no mercado já conquistado em Brasília e pela chegada do sinal de internet na casa de Fiota, como meio de receber pedidos dos consumidores. Porém, houve diversos percalços, como a paralização da circulação da lotação para Brasília nos primeiros meses da pandemia e a desmobilização do grupo de compras criado no WhatsApp com consumidores de Brasília. Quando o carro da lotação voltou a trafegar para Brasília, a continuidade da comercialização se deu por entrega domiciliar dos produtos, com o apoio da Organização Coletiva do Cerrado Agroecológico (OCCA), como será descrito mais adiante.

A família de Fiota também sentiu os impactos da pandemia sobre a economia em geral, refletido principalmente na alta dos preços dos itens de consumo próprio e na dificuldade em aumentar o preço de seus produtos para os consumidores.

[...] aí quando para, que entra essa pandemia, para, para tudo, porque até o dinheiro ficou difícil, não tem o dinheiro como nós tinha, as coisas ficou muito caro, gasolina, até a própria comida nossa, um pacote de arroz que custava dez, hoje custa 25 reais, trinta, então é difícil né, as coisas mudou tudo e evoluiu tão rápido para um lado, e pros outros nada, então a gente tá naufragado com essas coisas aí, quando você vai, às vezes, a gente não pode vender o da gente caro assim, para dizer que o povo já acha muito caro, o que a gente vende, né, e se você for comparar o nosso aqui por acaso com o lá de fora que subiu tudo, a gente acaba não vendendo nada, e é aquela coisa, né, então a gente tem que usar um padrão, ali para ir sobrevivendo, até Deus ajudar que as coisas melhora mais (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

3.2 DIRANI FRANCISCO MAIA

Figura 16 – Dirani Francisco Maia



Fonte: elaborado pela autora

Dirani Francisco Maia, tem 51 anos, mora na comunidade Vão de Almas, às margens do rio Capivara. Ela é mãe de 12 filhos, sendo 5 filhos adotados de sua irmã que faleceu quando os mesmos ainda eram crianças. Dirani conta que começou a vender o óleo de coco aos 10 anos de idade junto à sua mãe, *trocava um litro de óleo por uma precata, o litro valia mais ou menos uns 3 a 5 cruzeiros*. Naquela época vendiam o óleo para as pessoas que moravam em Cavalcante e dentro da comunidade para *quem não rasgava mato para fazer gordura*. Além do óleo de coco vendiam arroz de pilão e feijão, e Dirani considera que *naquele tempo comida era fácil e agora é difícil*. Ela também conta que quando criança ajudava a família a garimpar ouro no rio Gameleira, e se recorda que não usavam mercúrio, *porque sujava a água para as famílias, bateava, depois colocava as pedrinhas e areia para secar e tirava o ouro*. Quando a família juntava 5 gramas de ouro, *uma cabeça de fósforo de ouro equivale a 1 grama*, iam para a cidade para vender o ouro e comprar o que precisavam para viver.

A comercialização de seus produtos em maior quantidade também se inicia com a sua participação no Festival de Jorge, desde as primeiras edições, aproximadamente no ano de 2004.

De primeiro eu não vendia prá fora, eu só vendia mesmo aí prá os conhecidinhos mesmo aí de Cavalcante, que via, que pedia a gente as coisas, né, eu dei prá vender prá gente de fora, depois que eu dei prá ir no festival, lá de São Jorge, aí a gente foi tomando mais conhecimento com as pessoas, as pessoas foi vendo mais os produtos da gente, e aí foi gostando, eu não tinha telefone, aí eles pegava o contato da menina minha, que é da Márcia, que sempre me acompanhou com o telefone dela, ela me ajudou muito, que tinha vez que ela tava lá no festival, eu pegava o nome das pessoas, eu já andava com o número dela, passava prá pessoas, aí se as pessoas gostava, pedia mais, aí eu mandava pró Alto Paraíso, e de lá as pessoas pegava no Alto Paraíso, desse jeito. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 11 fev. 2022)

Dirani conta que quando participava do Festival de São Jorge, e ficava mais de uma semana fora de casa, deixava seus filhos pequenos com a sua mãe. Porém, quando a mãe não podia *cuidar dos meninos*, Dirani deixava com o seu tio, que era um homem de muita responsabilidade.

[...] eu tinha um veio aqui que era meu tio, ele ficava aqui com os meninos também, que era muito difícil para a gente sair, aí a gente dava uns 100 reais, o que você ganhasse lá, ocê dava, e se ocê ganhasse mais, ocê dava mais, e se ocê ganhasse menos, dava um agrado mais ou menos, só ao menos um agradinho, porque não dava prá pagar o tempo todo dele ficar aqui 8 dias, acompanhando os meninos, prá gente sair não, só dava um agradinho mesmo, não pagava. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 11 fev. 2022)

Além do Festival de São Jorge, Dirani começou a participar de eventos e feiras, principalmente em Brasília. Porém, atualmente, tem dificuldade de sair de casa porque cuida do pai que sofreu um Acidente Vascular Cerebral – AVC, *porque ele é mais agarrado comigo, por causa que eu cuido do meu pai e tem hora que ele não quer que eu saio, aí o coração dói, de eu não poder sair prá mode dele*. Para contornar essa dificuldade, Dirani está planejando a participação de uma de suas filhas nas próximas oportunidade de participação em feiras, *mas agora eu quero abrir uma cobertura assim, eu boto uma de minhas filhas para representar no meu lugar, por causa que eu cuido do meu pai, representar com as minhas coisas lá no lugar*.

A comercialização dos produtos é realizada principalmente por meio de entrega pessoal a consumidores em Cavalcante e Alto Paraíso, *manda prá Cavalcante, aí pega em Cavalcante, mas correio eu nunca fiz, ninguém fez pedido assim não*. Dirani construiu uma *casinha* de um cômodo, ao lado de sua casa, para funcionar como uma lojinha e comercializar os produtos para turistas que visitam a comunidade. O número de turistas que visitam a comunidade durante o ano é pequeno, pois a mesma não tem atrações turísticas como cachoeiras, mas esse número aumenta muito no mês de agosto com a Romaria de Nossa Senhora da Abadia. A casa de Dirani se localiza em frente a estrada que leva à Romaria, e por isso, além de comercializar seus

produtos, ela pretende oferecer alimentação, seja refeição e/ou um lanche para as pessoas que estão de passagem para a festa.

Dirani também deixa os produtos para serem comercializados em dois locais em Cavalcante, no hostel da Martha Kalunga³⁸, sua amiga, e mais recentemente na Casa do Artesão³⁹, loja que foi inaugurada ao lado do Centro de Atendimento ao Turista (CAT) de Cavalcante. Outro espaço de comercialização é por meio da OCCA, em Brasília, sendo que os produtos são enviados via carro da lotação, ou levados diretamente por Dirani, quando a mesma vai participar de alguma feira e aproveita para deixar parte de seus produtos com a OCCA, tema que será melhor descrito adiante.

Dirani é uma articuladora na comunidade para a inclusão de outras mulheres na comercialização, principalmente aquelas que vivem em locais mais afastados na comunidade e não têm acesso ao sinal de internet, *porque eu tive a oportunidade e ela é aqui no recante*. Ela incluiu mais cinco mulheres na iniciativa da marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*, a qual será descrita mais adiante, conseguindo rótulos para os produtos dessas mulheres, *agora com esses adesivos dela, vai ter mais saída*. Dirani também articula a compra coletiva de embalagens entre as mulheres, para diminuição do custo e otimização do transporte das mesmas até a comunidade, *nós vamos fazer os pedidos junto, que aí sai mais barato para a gente pegar em Cavalcante*. Outra iniciativa de Dirani é a articulação para que mais mulheres participem dos espaços de comercialização que ela consegue identificar, como recentemente, o convite que fez às suas amigas para entrarem em contato com a Casa do Artesão de Cavalcante, *a Iracema e a Maria que não tem saída, com essa casa dos Artesãos agora tem abertura para todos os Kalunga, paga uma taxinha mas é oportunidade de todos*.

Durante a pandemia da COVID-19, Dirani conta que não conseguiu comercializar seus produtos porque não podia sair da comunidade e não tinha celular e nem sinal de internet para receber pedidos, *não consegui divulgar minhas coisas, ficou amontoado num canto*. Nesse período a família sobreviveu com os alimentos que colheram da roça, com o apoio de amigos, doações e uma pequena renda da comercialização dos produtos pela OCCA em Brasília.

³⁸ Para maiores informações acessar @martalungaria. A divulgação de produtos pode ser visualizada em post de 21 de dezembro de 2020 (sabão de tingui); de 16 de dezembro de 2020 (novelo de linhas de algodão); e em 8 de março de 2021 (livro Corpo-Território Mulher Kalunga). Informações sobre os produtos também são divulgadas na conta @hostel_e_produtos_Kalungas.

³⁹ Para maiores informações acessar a conta do Instagram @casadoartesaocavalcante.

Eu passei essa pandemia porque nós tinha colhido roça, e vinha alguns amigo da gente aqui, dava muita ajuda das coisas que a gente não tinha da roça, porque a gente tem muitos amigos, a Márcia (filha) dava uma ajuda prá mim, um amigo da Márcia, é muito amigo da gente, deu muita ajuda que a gente precisava, porque aqui se a gente precisava de um açúcar, se precisava de um café, aí eu ganhei aducação, que eles me ajudou, porque eu não conseguia sair prá vender as coisas, porque igual tava essa pandemia, a gente nem podia trabalhar com as coisas, porque não tinha saída prá gente ir, prá levar as coisas, prá gente vender, e tem muitas coisas que você faz, e é de consumi ele logo, né, e tem coisa que você não pode fazer e guardar ele, porque um dendê de coco, ele vale prá tempo, outras coisas vale prá tempo, e tem coisa que não espera, você tem que fazer e consumi, e aí eu passei dessa época, dessa pandemia prá cá, eu parei de sair, e eu vendia as coisas muito pouco, mas só que os amigos, foi com muita ajuda dos amigos, do que nós não tinha de roça. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 fev. 2022).

A comercialização dos produtos começou a melhorar a partir de setembro de 2021, com a instalação do sinal de internet em sua casa, *botei internet prá isso, porque eu tinha as coisas, mas estava tudo cancelado, aí meus amigos agora tem como divulgar, eu quero um litro de gordura, eu quero um dendê de coco, eu quero um quilo de gergelim, eu quero outra coisa.* Porém, o custo da internet é muito alto, R\$ 249,00 (duzentos e quarenta nove reais) mensais, *tem essa internet aqui mesmo cara, sem poder, mas eu tive que pôr.* Além do custo da internet, Dirani paga aproximadamente R\$ 300,00 (trezentos reais) por mês de energia elétrica. Ela se queixa do custo da energia elétrica, *tá cara isso mesmo,* pois em sua casa não há triturador elétrico e nem freezer, só tem uma *geladeirinha* e uma bomba que puxa a água do rio para a caixa d'água.

3.3 VANDERLI MOREIRA DOS ANJOS

Figura 17 – Vanderli Moreira dos Anjos



Fonte: elaborado pela autora

Vanderli Moreira dos Anjos é uma mulher jovem, tem 28 anos, mora na comunidade Vão de Almas, no sítio ‘Paraíso dos Buritis’, é casada e não tem filhos. A comercialização entrou mais recentemente em sua vida, a partir de 2019, e hoje consiste em sua principal atividade econômica. A sua primeira referência de comercialização é a sua mãe, que produzia, principalmente, óleo de coco e farinha de mandioca, e vendia na cidade de Cavalcante, assim como, quando participava do Festival de São Jorge para dançar sussa e comercializar os seus produtos.

[...] a gente ajudava ela (Ivani) trabalhar de roça, aqueles óleos que ela fazia, trazia para Cavalcante, vendia, aquilo ela ia comprar sandália para a gente, para não andar mais feio que os filhos dos outros, ela queria ver nós todos arrumados na escola, ali comprava uma sandália, era muito menino, são sete, aí ela comprava sandália, comprava caderno, material escolar para gente, mas tudo era difícil, os lápis acabavam muito rápido, e as borrachas. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 out. 2022).

Vanderli conta que sua trilha de comercialização começa pela percepção, pois ia aos feriados para a Vila de São Jorge, para trabalhar de diarista, fazer faxina em pousadas e

campings, e que muitas vezes, turistas que estavam nas pousadas onde trabalhava lhe perguntavam se conhecia quem vendia os *produtos dos Kalunga*. Ela relata que fazia a *maior força* para levar o turista até a pessoa que estava vendendo os produtos, assim como, também pegava os produtos com as pessoas que conhecia e levava até os turistas. Por fazer essa intermediação, muitas pessoas começaram a identificá-la como quem comercializava os produtos, chegavam até ela para fazer pedidos e pediam o seu contato de celular, situação que lhe fez refletir sobre a possibilidade de vender os seus próprios produtos, *você sabe que eu também sei fazer essas coisas, aprendi com minha mãe, aí eu pensei vou começar fazer isso é para mim mesmo; aí eu comecei a colher essas coisas, óleo de coco, comecei a produzir essas coisas mesmo, lá na roça.*

Em 2019, Vanderli teve a oportunidade de montar uma *banquinha* no Festival de São Jorge, e conseguiu comercializar aproximadamente R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) em produtos. Na semana seguinte ao festival, Vanderli continuou a comercializar seus produtos por mais sete dias nas ruas e pousadas da cidade de Alto Paraíso, e ao comparar o resultado da comercialização com o que ganharia no mesmo período se estivesse *no restaurante ou no camping organizando, ou lavando banheiro, ou coisa de cozinha, não tinha nem comparação.* Ela também avaliou que comercializar seus produtos traria mais autonomia para a sua vida.

[...] eu voltei para a minha casa e pensei, falei comigo mesmo, vou trabalhar para mim mesmo, não vou ser humilhada por ninguém, e vou trabalhar com meus produtos e não vai ter nada de reclamação, porque se eu ver que vale a pena colocar ele para vender eu vendo, se eu ver que não dá eu deixo, mas estou trabalhando para mim mesmo, se eu ganhei é porque eu trabalhei e não vou me arrepiar para ganhar dinheiro. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 out. 2022).

Porém, houve um período de transição, entre o seu querer e a comercialização se concretizar como uma nova profissão em sua vida, *aí eu tinha um monte de produto aqui parado, mas eu pensava, ah não, acho que vou trabalhar para os outros mesmo, vai dar mais dinheiro fazer faxina, aí eu fui pensando.* Nesse período, Vanderli começou a entregar seus produtos para o seu tio Dedé, que tinha uma banca na feira do CAT de Alto Paraíso e que comercializava produtos Kalunga, *minha filha, eu vendo as suas coisas, tudo bonitinha, você faz tudo no capricho,* e assim, combinaram o repasse de uma porcentagem sobre o valor dos respectivos produtos. Entretanto, Vanderli percebeu que o seu tio Dedé estava vendendo os produtos muito rápido, como ele mesmo declarou, *suas coisas estão saindo mais que a minha, minha filha,* pois segundo Vanderli, *o meu produto tinha rótulo, validade, tudo certinho, explicando, e as dele não.*

Paralelo a isso, em março de 2020, chegou a pandemia do coronavírus, e consequente diminuição do turismo na Chapada dos Veadeiros, fazendo com que as pousadas e campings contratassem menos serviços gerais, impactando nas oportunidades de trabalho para Vanderli. A partir da experiência de comercialização dos seus produtos na feira do CAT, o seu tio Dedé sugeriu de apresentá-la para o fiscal da feira, para que ela mesma comercializasse seus produtos, *aí ele foi e conversou, nem que deixa um espacinho aqui, do lado do meu mesmo para ela colocar sua banquinha, não tranquilo seu Dedé, aqui cabe com certeza*. E assim, em março de 2021, Vanderli começou a participar da feira do CAT, a vender os seus produtos e a fazer contatos com potenciais clientes.

[...] aí eu fui e coloquei minhas coisas lá, e comecei a vender e aí só veio aquela vontade que eu ia conseguir vender bem, que ia começar a fazer algumas entregas, muita gente naquele momento já veio comprando de mim, pegando meu contato, aí outras pessoas que o tio Dedé tinha vendido antes já foi me chamando no Sap. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 05 jan. 2022).

Atualmente, Vanderli consolidou a comercialização de seus produtos como uma atividade profissional, *eu só tenho que agradecer que a venda está indo bem*. Ela entrega os seus produtos nas casas das pessoas, para turistas que estão hospedados em pousadas, envia pelos Correios para clientes que moram em outras cidades, coloca os produtos em duas lojas de boa visibilidade em Alto Paraíso, e ainda participa quinzenalmente da feira do CAT. *Eu já tenho a minha clientela que eu atendo na rua, vou às casas, que já fica me mandando mensagem aqui, aqui de casa mesmo que já tem internet, eu já vou comunicando, aí quando eu chego lá eu vou só para entregar*. A parceria com o seu tio Dedé continua até hoje, pois quando Vanderli não consegue participar da feira, ela deixa alguns de seus produtos com ele, *já deixava umas coisinhas assim, que ele divulgava melhor o preço, porque sabe, ele não sabe ler o tio Dedé, aí já deixava umas coisinhas mais simples com ele, aí deixava ele responsável*.

Os produtos que Vanderli mais comercializa são o óleo de coco indaiá, óleo de tingui, sabonete de tingui, gergelim, paçoca de gergelim, óleo de urucum, *na real esses produtos nossos lá do Kalunga tá bem conhecido, são bastante valorizados, então a gente consegue vender*. Porém, Vanderli considera que os preços dos produtos são baixos, em relação ao trabalho dispensado para produzi-los, e pondera: *se a gente for marcar tudo, como é o trabalho que dá, não dá para a gente ganhar, só que é o jeito que tem de trabalhar, às vezes hoje vende bem, amanhã é mais fraquinho, a gente não quer deixar essa função baixar*. Vanderli cita alguns produtos que demandam mais trabalho como o óleo de indaiá e o óleo de buriti, *o óleo*

de buriti é muito difícil para fabricar, o buriti chega colher aqui, muito buriti para extrair um pouquinho de óleo, mas é um óleo que está muito procurado.

Ela também considera que é importante inovar os produtos, e cita que aprendeu com *colegas* a fazer óleo de mastruz, indicado para eliminar vermes e para tratar dores, e também o óleo de urucum, que é produzido com o óleo de indaiá, *o óleo de urucum, esse óleo está famoso, é um protetor muito bom, um protetor da hora.* Ela também produz geleias e doces utilizando frutas do quintal como mamão verde e acerola; e frutas nativas, como o cajuzinho do cerrado e buriti; e ainda faz doce de leite. Além de comercializar o que produz na roça, no quintal e coleta no Cerrado, Vanderli adquire alguns produtos com outras pessoas da comunidade, como o baru e o óleo de copaíba, *pego óleo de copaíba de uma colega do outro lado do rio Paranã.*

Para o transporte dos produtos de sua comunidade Vão de Almas à cidade de Alto Paraíso, Vanderli explica que às vezes vai de moto com o marido, e outras vezes, precisa pegar a lotação. A opção de ir de moto é a mais barata e a mais utilizada, e é determinada *quando as coisas já foi na frente*, não sendo preciso transportar um grande volume de produtos, *a gente coloca um pouco de coisa na moto, na garupa, eu vou com uma caixa em cima da perna.* A motocicleta é uma XRE 300, porque *tem muita força e aguenta muito peso.* A distância a ser percorrida até Alto Paraíso é de 20 Km de estrada de terra e 77 Km de asfalto, o que leva em torno de 2 horas, *quando a estrada está boa, que não tá cheia de buraco e a serra tá ótima*, e 3 horas quando a estrada está ruim. O clima também influencia nesse tempo de viagem, *quando está de sol não é nem difícil para a gente chegar lá, o problema é quando está de chuva, começa ficar aquele atoleiro, os córregos tudo cheio, e às vezes você está indo com os produtos, tem que ter o maior cuidado, com vários sacos de plástico para não estar molhando nada.*

Quando Vanderli precisa levar uma quantidade maior de produtos para Alto Paraíso, ela pega o *carro da linha*. Para isso, sai com um dia de antecedência de sua casa, dorme em Cavalcante, e pega no outro dia bem cedo o carro da lotação para Alto Paraíso. O preço do *carro de linha* da comunidade à Cavalcante é de R\$ 40,00 (quarenta reais) e da lotação de Cavalcante à Alto Paraíso é de R\$ 45,00 (quarenta e cinco reais), totalizando R\$ 170,00 (cento e setenta reais) o custo da viagem de ida e volta. Também pode ocorrer ser necessário contratar um transporte para buscar os produtos em sua casa, *se chegar na feira, tem alguns amigos precisando de alguns produtos que eu vejo que vale a pena essa viagem, a gente freta, aí faz um fretinho básico de 250 reais, 300 reais, só a ida, se vê que vai ter uma venda bacana, que vai valer a pena, já aconteceu comigo, já paguei assim.*

Diante destas dificuldades, Vanderli adotou a estratégia de *ir fabricando e levando*, e para isso, aproveita todas as oportunidades que surgem, *eu já costume que quando meus amigos*

de Alto Paraíso vêm aqui em casa, eu já costumo estar mandando minhas coisas, encaminhando prá lá. Os produtos que Vanderli leva para Alto Paraíso ficam guardados na casa de um amigo, o Zé da Horta, que disponibilizou um quarto que tem um bom espaço. Este local também funciona como um ponto de entrega dos produtos quando Vanderli não está em Alto Paraíso, às vezes chega gente, ele já entrega, manda um sap prá mim, as pessoas, peço para ele, o Zé, já deixo tudo bonitinho, embalado numas caixas, tudo bonito, porque vai gente pegar e precisa dá uma olhada, aí tem que estar tudo bonito. Sem essa logística seria muito difícil comercializar os produtos, como explica Vanderli, aí eu fico sempre fabricando e levando, porque se deixasse tudo aqui em casa, vendeu um pouco, não vendeu tudo, traz de novo, ia ser complicado.

A hospedagem de Vanderli em Alto Paraíso, durante os dias em que ela faz as entregas dos produtos e participa da feira, é alternada na casa de suas duas irmãs e um irmão que moram na cidade, *eu fico na casa de um irmão, fico na casa da outra, e às vezes quando eu saio, dou um extra para ajudar na água, porque a água vem muito cara, e assim vamo levando a vida. Vanderli tem como meta construir a sua casa própria em Alto Paraíso, porque aí eu vou e fico mais à vontade, sabe, não é que é ruim, mas na sua casa você acha bem melhor, aí deixar tudo organizadinho, ter o meu espaço para mim deixar os meus produtos tudo bonitinho.*

Vanderli comercializa seus produtos quase que exclusivamente em Alto Paraíso. Na cidade, ela deixa seus produtos para comercializar em apenas duas lojas, na ‘Loja do Tatu’ e na ‘Morena Loja Colaborativa’⁴⁰.

É a loja colaborativa, ela pede para deixar, porque ela fala que os produtos daqui dos Kalunga, o pessoal já chega perguntando, aí eu tenho um espaço que ela deixou só para mim, e aí ela colocou uma plaquinha, produtos dos Kalunga, saí bem, é uma loja numa presença bem legal, numa rua muito movimentada, e deixo lá também para vender. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 18 jan. 2022).

Em Cavalcante, Vanderli está avaliando a proposta de deixar seus produtos na Casa do Artesão, que foi inaugurada recentemente. Ela conta que na comunidade do Engenho II, município de Cavalcante, fica localizada a cachoeira Santa Bárbara, um dos principais pontos turísticos da Chapada dos Veadeiros, que recebe um grande fluxo de turistas, com visitação limitada em 300 pessoas por dia⁴¹. Na comunidade do Engenho II há um ponto de vendas dos produtos Kalunga, ao lado do guichê de compra de ingressos para visitar a cachoeira, porém

⁴⁰ Para mais informações acessar conta no Instagram @vemvermorena.

⁴¹ Informações sobre visitação à cachoeira de Santa Bárbara, comunidade Kalunga Engenho II, pode ser acessada em diversas empresas de turismo como em: <https://pacotebarato.com.br/cachoeira-santa-barbara-cavalcante/>.

Vanderli explica que apesar de haver abertura para deixar os seus produtos lá, considera que muitas pessoas da própria comunidade do Engenho II já o fazem. Por outro lado, ela aposta na Casa do Artesão de Cavalcante como uma boa oportunidade, pois como ela mesmo explica, muitos turistas antes de visitarem a Cachoeira Santa Bárbara passam pelo CAT de Cavalcante para pedir informações turísticas, *essa lojinha já é perto do CAT, todos os turistas que chega no CAT já está vendo, ela fica bem na presença, toda de vidro na frente.*

Porém, Vanderli considera que não é interessante colocar os produtos em muitas lojas, e prefere ter os produtos à mão para vender para seus clientes, *só que às vezes já aconteceu que eu acabo de deixar, tem gente que já me pede aquele tanto que eu deixei.* Por outro lado, é estratégico ter os produtos em alguma loja, acaso receba um pedido de compra e não possa atender prontamente.

Eu entrego para algumas pessoas que fica aqui me aguardando, que chega na cidade, que já é cliente, vem aqui curtir as cachoeiras, aí me manda mensagem antecipada, antes de eu chegar aqui, quando eu chego, já está aqui me aguardando, outros, que não dá para esperar até eu chegar, eu já informo que está na loja, que tem esse produto, aí vai lá e pega. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

3.4 PROJETO “NÓS SOMOS A MÃE DE 7 ÓLEOS KALUNGA”

Em 2012, Fiota teve a iniciativa de envasar o óleo de coco em uma garrafa de vidro menor, tipo ‘garrafa coquinho’, tampada com rolha de cortiça, com o volume aproximado de 200 ml. Entre outros lugares, Fiota deixou o óleo envasado nessas garrafinhas para vender em um pequeno empório na cidade de Cavalcante (GO). A exposição do óleo de coco nesse empório chamou a atenção das assessoras técnicas da Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado⁴², que se propuseram a elaborar um projeto para apoiar a produção e comercialização do óleo de coco.

Um primeiro contato das assessoras da Articulação Pacari foi realizado com o marido de Fiota, que se encontrava na cidade de Cavalcante, na perspectiva de articular uma visita das

⁴² A Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado é uma rede socioambiental, formada em 1999, que reúne pessoas e grupos comunitários que trabalham com medicina tradicional e fazem o uso sustentável da biodiversidade do Cerrado. A Articulação Pacari tem abrangência em 8 regiões nos estados de Minas Gerais, Goiás, Tocantins e Maranhão. A pesquisadora Jaqueline Evangelista Dias foi uma de suas fundadoras e desde então presta assessoria técnica ao trabalho desenvolvido pela Articulação. As assessoras técnicas da Articulação Pacari que identificaram o óleo de coco de indaiá produzido por Fiota foram Jaqueline Evangelista Dias e Lourdes Cardozo Laureano.

mesmas à comunidade para discutir a elaboração do projeto. Porém, a visita não aconteceu pela dificuldade de acesso à comunidade, que dependia de transporte particular, em uma camionete 4x4, de custo muito elevado. Para contornar essa dificuldade, foi realizada uma reunião com Fiota, no dia 11 de julho de 2013, em Cavalcante (GO), quando a mesma estava de passagem para participar do XIII Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros em Alto Paraíso de Goiás (GO). Nessa reunião ficou acordado a elaboração de um projeto para concorrer ao 17º Edital do Programa de Pequenos Projetos Ecosociais (PPP-ECOS). O projeto previa o envolvimento de 10 mulheres da comunidade Vão de Almas, que foram citadas por Fiota como sendo suas parentes e/ou conhecidas e que produziam o óleo de coco indaiá. Para a gestão administrativa do projeto ficou acordado a necessidade de se identificar uma organização parceira, de preferência que fosse local e representativa do povo quilombola Kalunga. Porém, o grupo de mulheres representado por Fiota não conseguiu identificar essa organização local e a Associação Pacari⁴³ ficou sendo a organização gestora do projeto.

Assim, foi elaborado e aprovado o projeto “Nós somos a mãe de 7 óleos Kalunga”, com a gestão da Associação Pacari e o apoio do PPP-ECOS⁴⁴. O projeto teve início de execução em março de 2014 e término em maio de 2016. O projeto previa a construção de uma mini unidade de processamento do óleo de coco indaiá; a aquisição de uma prensa hidráulica para extração do óleo de coco a frio; a capacitação do grupo de mulheres em boas práticas de produção do óleo de coco extraído a frio; a criação de uma logomarca; a aquisição de embalagens ‘padronizadas’ para os produtos; e o apoio para a participação de representantes do grupo de mulheres em feiras (ARTICULAÇÃO PACARI, 2013).

As dificuldades para a execução do projeto foram muitas, principalmente quanto à construção da mini unidade de processamento do óleo de coco, em relação à contratação de mão-de-obra de pedreiro e ao transporte de materiais de construção até a comunidade, o que elevou o custo previsto inicialmente da obra e a necessidade de remanejamento dos recursos para cobrir esses gastos adicionais.

A mini unidade de processamento de óleo foi construída no terreno da família de Fiota, com aproximadamente 25 m² de área construída, sendo uma sala de processamento do óleo de

⁴³ A Associação Pacari era a personalidade jurídica da Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado, que possuía inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

⁴⁴ O projeto “Nós somos a mãe de 7 óleos Kalunga”, nº BRA/SGP/OP5/FSP/STAR/13/06, no valor total de US\$29,550.84 (vinte e nove mil quinhentos e cinquenta dólares norte-americanos e oitenta e quatro centavos) foi apoiado com recursos do PNUD (ISPN, 2014). O recurso do projeto em Reais equivaleu à R\$ 81.787,86 (oitenta e um mil, setecentos oitenta sete reais e oitenta seis centavos) (ARTICULAÇÃO PACARI, 2016). O projeto recebeu contrapartida da Associação Pacari e da comunidade no valor de R\$ 34.900,00 (trinta e quatro mil e novecentos reais) (ISPN, 2017).

12 m² de área útil, uma área de serviço aberta e coberta de 4,5 m² com tanque e bancada, um depósito de 3,5 m², um banheiro de 3,0 m² e uma área cobertura para a caixa d'água, que foi alocada em cima da laje do banheiro e do depósito. A escolha do local de construção da mini unidade não passou por uma discussão ampla pelo grupo de mulheres. Este fato se explica, entre outras razões, por não haver um espaço coletivo na comunidade, onde se pudesse fazer a construção. A comunidade Vão de Almas não possui uma vila e espaços comunitários adjacentes, sendo as casas das moradoras muito distantes umas das outras, e por isso, a necessidade de se construir a mini unidade no terreno de uma família. A decisão de se construir a mini unidade no terreno da casa da Fiota foi quase 'automática', pois a sua família era quem coordenava o projeto na comunidade. A falta de uma discussão ampla sobre o local da construção também se deveu a não experiência das mulheres em gestão de projetos, sendo esse o primeiro projeto que as mesmas estavam envolvidas, assim como, a dificuldade que a Articulação Pacari encontrou de realizar um trabalho de organização comunitária, devido, principalmente, à dificuldade de acesso à comunidade.

Após a conclusão da obra da mini unidade, o espaço não foi socializado para as demais mulheres, sendo utilizado exclusivamente pela família de Fiota. Este pode ter sido um erro estratégico do projeto, o investimento de recursos em infraestrutura coletiva, sem que houvesse um histórico/iniciativa de produção e ou comercialização dos produtos de forma coletiva pelas mulheres. A prática das mulheres de fazer o óleo de coco é inserida num planejamento diário, onde atividades como quebrar o coco para a retirada de suas castanhas é realizada junto a outras tarefas domésticas, como cuidar de uma criação, ou fazer almoço. É impraticável para a mulher deixar a sua casa, deslocar grandes distâncias, para fazer uma atividade coletiva, sendo que a mesma é realizada na dinâmica familiar. Por outro lado, a mini unidade poderia se tornar um local de envase, armazenamento e comercialização coletiva do óleo pronto produzido individualmente por cada mulher. Porém, isso não refletia a prática das mulheres que possuem uma diversidade de estratégias de comercialização do óleo, assim como, seria o resultado de um processo de organização comunitária, que necessitaria de apoio e assessoria técnica contínua, o que extrapolava o prazo de execução do referido projeto.

A elevação dos gastos previstos inicialmente para a construção da mini unidade de processamento do óleo de coco colocou a necessidade de remanejamento dos recursos do projeto, decidindo-se pela não aquisição da prensa hidráulica de extração do óleo a frio. Esta decisão se justificou, principalmente, porque a prensa seria instalada na mini unidade para uso coletivo, o que não aconteceu com a mini unidade e conseqüentemente não aconteceria com o uso da prensa. A decisão foi realocar o recurso disponível do projeto para a aquisição de

utensílios que facilitassem o preparo do óleo nas casas das mulheres, de forma individual, assim como, para uma maior aquisição de embalagens e rótulos dos produtos, beneficiando um maior número de mulheres. Os principais utensílios adquiridos para a preparação do óleo foram panelas de alumínio com capacidade de 50 litros, coadores de inox, colheres de cabo longo e galões de 5 litros para armazenamento do óleo. Nenhuma mulher possuía panelas de 50 litros, devido ao seu alto custo, e essa aquisição, com recursos do projeto, possibilitou aumentar a capacidade de produção do óleo de coco em um único preparo, diminuindo a mão de obra empregada pelas mulheres para a produção.

O projeto também investiu na comercialização dos produtos e criou uma marca coletiva para o grupo de mulheres, denominada *Mãe de Óleos Kalunga*, assim como uma logomarca com identidade visual e cartão de visita para as mulheres envolvidas. A partir da logomarca foram elaborados rótulos para os produtos e realizado um estudo sobre embalagens, principalmente quanto ao fracionamento do volume dos produtos, o que será descrito a seguir.

3.4.1 Embalagens

Figura 18 – Óleo de coco indaiá vestido para o mercado



Fonte: elaborado pela autora

O óleo de coco, que *antigamente* era comercializado em embalagens com volume aproximado de 1 litro, foi fracionado em volumes menores. As mulheres justificam que em embalagens menores o valor do produto diminui, *fica um precinho mais em conta*, o que faz aumentar as vendas, assim como, o produto é comercializado com maior rapidez. Quando o óleo é comercializado em embalagens de aproximadamente 1 litro, o valor pedido pelo produto é considerado alto pelos consumidores, sendo que, *acham que está caro porque não sabem o trabalho que isso dá*.

A principal embalagem usada para fracionar e comercializar o óleo de coco é uma garrafinha de vidro transparente, de 50 ml, com tampa de metal, de rosca e cor dourada. Em dezembro de 2022, a garrafinha de óleo era comercializada por R\$ 10,00/cada (dez reais). O custo aproximado da embalagem e do rótulo é de R\$ 4,00 (quatro reais), ficando o valor líquido recebido pelo óleo de R\$ 6,00 (seis reais) por garrafinha, o que equivale a R\$ 120,00 (cento e vinte reais) por litro de óleo. O valor que os consumidores concordam em pagar pelo litro de óleo é de aproximadamente R\$ 100,00 (cem reais), sendo que valores acima deste inviabiliza a sua venda. Outra característica da garrafinha de 50 ml é a sua resistência quanto ao transporte e a quedas, pois o vidro é resistente, não quebra fácil, e a tampa não deixa o óleo vazar, *já chegou cair várias vezes da minha mão, da mão dos clientes, e ela não estoura*.

A garrafinha de 50 ml normalmente é comprada em uma revendedora de embalagens na cidade de Goiânia ou pelo Mercado Livre (plataforma de comércio online). O valor é considerado alto pelas mulheres, pois é necessário considerar o valor da garrafinha e o frete até a cidade de Alto Paraíso ou Cavalcante, fazendo com que o preço final gire em torno de R\$ 3,50 (três reais e cinquenta centavos) a R\$ 3,80 (três reais e oitenta centavos) por embalagem. O valor da garrafinha também varia conforme a quantidade comprada, sendo que as mulheres compram em média 50 a 60 unidades de cada vez, o que equivale aproximadamente a R\$ 200,00 (duzentos reais). O valor alto da garrafinha não impede que a mesma seja a principal opção de embalagem para o óleo, pois como relata Fiota, *de 6 a 7 anos prá cá, que estou vendendo nessas garrafinhas, aí nunca mais parei e nem tenho intenção de parar, cada dia mais a garrafinha vai ficando um precinho acrescentável, mais aí de todo jeito a gente vai dando um jeito*.

O fracionamento do óleo em volumes menores, além de proporcionar um maior valor agregado ao produto, também imprimiu outros usos ao óleo. A comercialização do óleo em garrafinhas de 50 ml, nas cidades turísticas de Alto Paraíso e Cavalcante, se tornou uma ‘lembrancinha’ do lugar, ou seja, o turista leva a garrafinha de óleo para presentear alguém, ou então, quem mora na região e vai viajar, leva a garrafinha para dar de presente. Se o óleo fosse comercializado apenas em embalagens maiores, não se tornaria uma “lembrancinha”, pelo

preço mais elevado e pela dificuldade de quem compra transportar um volume grande durante a viagem.

Outra função importante da embalagem de 50 ml é disponibilizar o óleo para quem o utiliza em pequenas quantidades, principalmente para o seu uso hidratante na pele ou no cabelo. A embalagem menor também proporciona a venda para o consumidor que não conhece o óleo e quer experimentá-lo pela primeira vez, como relata Vanderli, *às vezes a pessoa compra um desse pequenininho para saber como que é, aí há pouco, duas semanas, manda mensagem, você me consegue um litro grande?* As mulheres também identificam, que muitas pessoas que pedem o óleo na embalagem de 1 litro têm é o objetivo de revender o óleo, fracionando-o em embalagens menores.

Os consumidores que conhecem, gostam e utilizam o óleo de coco na alimentação, *pessoas que comem só esse óleo de coco e o óleo de gergelim; pessoas destas cidadonas que vieram morar aqui; gente que gosta de fazer uma tapioca*, não compram as garrafinhas de 50 ml e pedem volumes maiores do óleo. Dirani conta que o *povo* não está querendo mais a garrafinha de 50 ml, porque o óleo está ficando muito *reconhecido*. Para esses consumidores, que vão se tornando clientes regulares, as mulheres fornecem o óleo em garrafinhas *pet* de 200 ou 250 ml, reutilizadas, de refrigerante como *jaozinho*⁴⁵, *guaraná*, *fanta*, entre outros. Esses consumidores chegam a comprar 4 a 6 garrafinhas de 200 ou de 250 ml por vez. A embalagem de aproximadamente 1 litro não é mais viável para as mulheres comercializarem porque, como descrito anteriormente, além de não agregar valor, as mulheres consideram a dificuldade de produzir o óleo e que precisam atender a vários consumidores, não podendo concentrar a sua produção em apenas alguns clientes.

3.4.2 O poder do rótulo, do voto

O nome da marca coletiva dos produtos das mulheres Kalunga surgiu no início do projeto, quando Fiota ao contar sobre os óleos que produzia se expressou: “*eu sou mãe de 7 óleos*”, se referindo ao saber fazer o óleo de coco indaiá, de pequi, de tingui, de mamona, de gergelim, de birro (espécie de coco nativo) e de xodó (*Acrocomia aculeata*). Assim, o nome da marca coletiva se consolidou como *Mãe de Óleos Kalunga*, pois todas as mulheres sabem fazer todos esses óleos. A identidade visual do rótulo traz a imagem de uma mulher negra que segura em seus braços uma panela de barro, como se segurasse um bebê, cheia de frutos que são

⁴⁵ Refrigerante produzido em fábrica de Goiânia (GO).

utilizados para fazer os óleos. O desenho também apresenta a mulher Kalunga com um lenço colorido na cabeça, um acessório que ela usa no seu dia a dia para se proteger do sol.

A primeira proposta de logomarca apresentada às mulheres consistia em um desenho estilizado, com o rosto da mulher delineado apenas por um contorno. Essa proposta foi rejeitada pelas mulheres que disseram possuir olhos, nariz e boca e assim também deveria ser o desenho que as representaria, sendo o desenho modificado prontamente. O projeto gráfico dos rótulos, num primeiro momento, continha apenas a logomarca e o nome do produto, diferenciando-se um dos outros por meio de diferentes cores. Porém, esta proposta precisou ser alterada, pois como as mulheres não são alfabetizadas, não sabiam ler os nomes dos produtos, e conseqüentemente não conseguiam rotular os produtos sem o auxílio de outra pessoa. O novo projeto gráfico trouxe os rótulos com desenhos das respectivas plantas de que são feitos os produtos, como por exemplo, o produto óleo de coco indaiá possui o desenho de um cacho de coco indaiá no rótulo, o óleo de pequi o desenho do fruto do pequi e assim por diante.

A elaboração dos rótulos para os produtos está sendo processual, e ainda não contemplou todos eles. A partir do projeto, foram elaborados rótulos, primeiramente, para os produtos mais comercializados: óleo de coco indaiá, óleo de pequi, sabonete de tingui, dendê do coco indaiá (mesocarpo), pimenta de macaco, óleo de mamona, semente de gergelim, entre outros. Para contemplar os produtos que não tinham rótulos, a estratégia foi desenvolver um rótulo ‘genérico’, que servisse para qualquer produto, contendo um espaço em branco no corpo do rótulo, onde se pudesse escrever à caneta o nome do produto. Este rótulo genérico foi elaborado em dois modelos, sendo uma versão de rótulo para produtos sólidos, utilizados para adesivar saquinhos plásticos, e outra para produtos líquidos, utilizados em frascos e garrafinhas de vidro. Em dezembro de 2021, eram 32 produtos que possuíam rótulos específicos impressos, faltando rótulos principalmente para produtos ‘compostos’, elaborados com mais de uma planta, como garrafadas, xaropes, óleos medicados, entre outros e para a diversidade de plantas medicinais que são comercializadas. Para esses produtos sem rótulos impressos, as mulheres utilizam os rótulos genéricos, sendo os mesmos preenchidos, principalmente, por suas filhas.

A ideia de uso do rótulo é muito recente para as mulheres e o seu processo de apropriação se inicia com o encontro das mulheres com a palavra ‘rótulo’. As mulheres nunca tinham ouvido falar a palavra ‘rótulo’, e por isso, a associaram à palavra ‘voto’, e até hoje, a maioria das mulheres ainda dizem *voto* ao se referirem ao ‘rótulo’. O cartão de visitas que foi elaborado com o nome e contato de celular para cada mulher é chamado por elas de *recado*, por nunca terem ouvido a expressão ‘cartão de visitas’ e o associarem a um pedaço de papel que contém informações, como um recado.

A criação de uma logomarca e identidade visual para os produtos das mulheres foi trabalhada durante o “Encontro de Raizeiras da Articulação Pacari”, realizado em Itabirito (MG), em 2017, que contou com a participação de Dirani e Fiota, representando o grupo de mulheres Kalunga do Vão de Almas (ARTICULAÇÃO PACARI, 2017). Nesse encontro, foi realizada uma oficina sobre o desenvolvimento de produtos da sociobiodiversidade, com foco na definição de embalagens e criação de logomarcas e rótulos. O tema logomarca abordou principalmente a identidade social de um determinado grupo comunitário representada por um desenho e o tema rótulo as informações necessárias ao consumidor. Nesta perspectiva, o rótulo além de apresentar a logomarca do grupo, poderia expressar, conforme o seu tamanho gráfico, outras informações, como a história do grupo, o nome e a história do produto, a identidade de origem do produto, a quantidade do produto contida na embalagem e a validade. Nesta oficina, as mulheres Kalunga expressaram que não sabiam o que significava uma marca, por exemplo, que conheciam Coca-Cola como uma bebida e não como uma marca, e que não sabiam identificar nenhum símbolo ou desenho de uma marca, como o símbolo da própria Coca-Cola, da Volkswagen (marca de carro), ou de um banco, como a logomarca do Banco do Brasil ou do Bradesco, entre outras.

A relação das mulheres com as embalagens e rótulos é processual e vem sendo aperfeiçoada pela experiência. No início, as mulheres pregavam os rótulos tortos nas embalagens, ou de forma enrugada, ou até mesmo de cabeça para baixo. Por vezes, a embalagem era mal manuseada e o seu conteúdo derramava, escorria e manchava o rótulo. No transporte dos produtos por estrada de terra também ocorria o vazamento do conteúdo das embalagens, o que manchava os rótulos. Além disso, o transporte provocava o atrito entre as embalagens, e quando mal acondicionadas, fazia com que os rótulos ficassem arranhados ou esfolados. As mulheres também fazem intervenções nos rótulos como usar fita isolante para fixar o papel seda que envolve o sabonete de tingui junto ao rótulo, escrever o preço do produto no rótulo com letras garrafais, cortar rótulos maiores para servirem em embalagens menores, corrigir com caneta o valor do volume descrito nos rótulos.

Essa experiência determinou critérios básicos para a elaboração dos rótulos, com a definição de cinco tamanhos básicos, a não impressão do volume ou peso dos produtos no corpo do rótulo e o tipo de impressão em papel com verniz brilho total. Os rótulos para produtos líquidos são em dois tamanhos, sendo um menor para vidros até 30 ml e outro um pouco maior para embalagens de 50, 100, 150, 200 e 250 ml. Os rótulos para produtos sólidos também possuem dois tamanhos, sendo um rótulo bem pequeno para produtos em pós, comercializados em pequenas quantidades, como o rapé e a pimenta de macaco, e um outro rótulo de tamanho

maior para adesivar sacos plásticos contendo produtos como farinha de jatobá, mesocarpo de coco, açafraão, semente de gergelim, castanha de baru, entre outros. O produto sabonete de tingui possui um rótulo específico devido ao seu formato tipo barra, o qual é embrulhado em papel seda e envolto pelo rótulo.

A definição de tamanhos ‘padrões’ para os rótulos foi estratégica para diminuir os custos de impressão, pois quanto maior a quantidade de rótulos iguais impressos, menor o custo. No orçamento, as gráficas consideram como iguais rótulos do mesmo tamanho, independentes de sua arte, ou seja, um rótulo de óleo de coco e de óleo de pequi, se forem do mesmo tamanho, são orçados juntos. Os rótulos são impressos em papel adesivo com verniz total brilho, o que proporciona que os mesmos resistam melhor ao atrito quando os produtos são transportados por estrada de terra até a cidade.

Nos rótulos dos produtos também não são impressos os seus respectivos volumes ou pesos. Essa decisão foi motivada, inicialmente, pela dificuldade de se adquirir uma embalagem padrão para o óleo de coco no mercado, sendo que por vezes se encontrava a garrafinha de vidro de 50 ml, e em outras, só a de 60 ml. Outra dificuldade encontrada foi a necessidade de se pesar os produtos sólidos, como 100 g de mesocarpo de coco indaiá, pois as mulheres não possuem balanças. Assim, optou-se por quantidades dadas por medidas pré-determinadas, como o número de colheres ou de copos daquele produto a ser embalado em um saco plástico. Para contornar essa ‘deficiência’ de informação ao consumidor, algumas mulheres escrevem à caneta o peso e/ou volume no rótulo, *eu acrescento na frente de caneta escura, se for 50 ml, se for 30 eu coloco, tudo bonitinho com letrinha menor, bem pequenininha e fica legal*; outras passam essa informação de forma oral, no momento da venda, explicando os seus critérios de medida, apresentando uma média aproximada do peso real quando o produto for sólido, e para produtos líquidos, informando o volume da embalagem que foi adquirida.

Outra modificação, mais recente, foi a inclusão do nome e do celular de cada mulher no rótulo. Esta modificação se justificou, principalmente, visando o consumidor, *acontece que se uma pessoa comprar um produto, ela gosta, nem tem como encontrar de novo porque está sem comunicações e com o telefone no rótulo ela já chama ali no sap*. Outra razão para identificar os rótulos com os nomes das mulheres se refere à rastreabilidade, ou seja, cada mulher ser garantidora daquele produto que ela vendeu, pois quando os rótulos eram sem identificação, se acontecesse qualquer *problema* relativo à qualidade do produto era difícil identificar quem o tinha produzido. Para fazer essa modificação nos rótulos houve a necessidade de se elaborar 272 diferentes rótulos, ou seja, são 34 diferentes rótulos (32 produtos + 2 rótulos genéricos) vezes 8 mulheres do grupo.

O impacto na venda dos produtos com embalagem e rótulo pode ser descrito pela história que Vanderli conta quando participou pela primeira vez da feira do XIX Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros, na vila de São Jorge, município de Alto Paraíso de Goiás (GO). A feira do encontro reuniu expositores de várias comunidades, tanto do território Kalunga, como de comunidades de fora. Vanderli conta que entre os expositores estavam duas mulheres do grupo *Mãe de Óleos Kalunga*, e que percebeu o tanto que elas estavam vendendo os produtos que tinham rótulo. Uma dessas mulheres, Dirani, que Vanderli considera como tia, deu alguns rótulos para ela colocar em seus produtos, mas mesmo assim, ela vendeu pouco no primeiro dia e percebeu que as outras mulheres que estavam ao seu lado venderam menos ainda. Ao relatar o fato para a sua irmã que trabalha numa pousada em Alto Paraíso, a dona da pousada resolveu fazer um rótulo alternativo para os produtos, no computador, levou e deu para ela e para as outras mulheres que estavam na feira.

Aí eu tive falando com a minha irmã em São Jorge, nesse mesmo dia que a gente estava com a nossa banquinha, ela me chama de Miúda, aí ela falou: – Miúda, a minha patroa vai criar uns rótulos aqui rapidão, ela fez um negócio assim num papel, escrito todo bonitinho, colocou Chapada dos Veadeiros, colocou produto dos Kalunga e falava o nome do quê que era, e já levou tudo e deu para as pessoas que não tinha rótulo, nossa, tinha uma amiga do meu lado, ela não estava vendendo nada, quando colocou isso aí nas coisas dela, depois de duas horas, ela falou a diferença, olha o tanto que a gente conseguiu vender, foi muito grande, nossa vendeu demais, além dessa mulher fazer essa bondade de levar, ainda ajudou como que colocava esse rótulo, a tia Dirani lembra, ela estava do lado, só que a tia Dirani já tinha seus rótulos, e como a tia Dirani é tão legal, ela me deu tanto rótulo, me ajudando, me deu, só que tinha coisa que eu não tinha, não serve aquele rótulo com aquela embalagem, com o rótulo melhorou demais, não tem nem comparação, aí eu coloquei e vendi bem, graças a Deus, vendi mesmo, chegou em torno de uns R\$ 5.000,00, aí eu vendi bem, vendi! (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 out. 2021).

Após esse episódio da feira, Vanderli, que não participava do grupo *Mãe de Óleos Kalunga*, resolveu fazer o seu próprio rótulo de forma caseira, mas não ficou contente com o resultado, *a gente tem o produto tão bonitinho, mas o rótulo não ajuda, a gente compra os rótulos que tem naquelas papelarias, branco, e a gente deixa escrito com caneta um pouco mais escura, mas não é fácil*. Entretanto, com o tempo, como Vanderli relatou, ela foi conhecendo o trabalho de outras mulheres, foi estudando os rótulos de produtos industrializados, foi *curiando*, foi *caprichando* e conseguiu identificar uma pessoa em Brasília (DF) para elaborar e imprimir rótulos para os seus produtos. Porém, fazer o rótulo de forma individual, tendo que pagar o serviço da diagramadora, a impressão de pequenas quantidades por vez e as despesas de Correios fez com que o custo dos rótulos se tornasse alto, *aquela careza*, impactando no lucro da comercialização dos produtos. A partir de junho de 2021, Vanderli começou a participar do grupo de mulheres *Mãe de Óleos Kalunga* e a usar os rótulos

da marca coletiva. Esse envolvimento com o grupo permitiu que, em dezembro de 2021, Vanderli recebesse da Articulação Pacari a doação de rótulos para 30 tipos de produtos.

Os principais indicadores dos resultados obtidos com o uso dos rótulos são o aumento do número de clientes e a abertura de novos espaços de comercialização. O rótulo contribui para a comercialização dos produtos junto aos turistas, pois segundo as mulheres, os mesmos exigem qualidade, o que é transmitido via rótulo, *os turistas, às vezes a gente acha que eles são chatos, mas não é, eles estão comprando as coisas, eles querem com garantia mesmo, aí eles iam caçar uma validade não tinha, o quê que é, e o quê não é, não tinha*. Essa ‘qualidade’ também proporciona que os consumidores se tornem clientes fiéis, *seus produtos tem uma ótima qualidade, tudo bem zeloso, nada derramado, chega tudo bonitinho para a gente*. A apresentação dos produtos também abre novos espaços de comercialização, *a loja Colaborativa me pediu para deixar uns produtos, que ela acha os meus muito lindos, muito bem embaladinhos*. E o rótulo também deu coragem para que as mulheres participassem de feiras, *agora que eu consegui os rótulos eu quero ir para a feira com as minhas coisas bem organizada; a venda dos produtos aumentou depois que ganhou os rótulos, deu para ir para a feira, ficou reconhecimente*. O rótulo também é considerado essencial para a comercialização dos produtos via redes sociais, que algumas mulheres do grupo já têm acesso, *tem que ser uma coisa muito bonita, tudo organizado mesmo, porque se as coisas estiverem desorganizadas não vai ter muita encomenda, muitos pedidos, tem que estar tudo bonito, e tudo bem embalado para transportar para fora*.

3.5 PROJETO BAUNILHA DO CERRADO E PRODUTOS ECOSSOCIAIS KALUNGA

A alta gastronomia foi a motivação para a implantação do projeto “Baunilha do Cerrado”, na comunidade Vão de Almas. A Baunilha, uma orquídea do gênero *Vanilla sp.*, é uma espécie endêmica na região, e considerada de alto teor aromático e de grande potencial para atender chefs de cozinha⁴⁶. O projeto foi realizado pelo Instituto ATÁ, em parceria com a Cooperativa Central do Cerrado e a Associação Quilombo Kalunga (AQK), contando com o apoio da Fundação Banco do Brasil (FBB) (OLIVEIRA, CREPALDI, 2016)⁴⁷. O projeto tinha

⁴⁶ Para maiores informações sobre o uso da baunilha do Cerrado na alta gastronomia ver Jacques (2020); Informações sobre o uso e manejo da baunilha na comunidade Vão de Almas ver Mendonça (2019) e Camargo (2019a).

⁴⁷ Projeto Baunilha do Cerrado, Nº 15.387, celebrado entre a Fundação Banco do Brasil e o Instituto ATÁ, em 20 de dezembro de 2016, no valor de R\$ 382 mil. O acordo foi assinado em cerimônia realizada em Brasília (DF) com a presença de representantes das instituições envolvidas e de comunidades Kalunga (OLIVEIRA; CREPALDI, 2016).

como objetivo principal promover a cadeia de valor⁴⁸ da baunilha do Cerrado e gerar renda para cerca de 200 famílias quilombolas, além do desenvolvimento e aprimoramento técnico, comercial e sócio produtivo de produtos da comunidade, como arroz, gergelim, pimenta de macaco e farinhas (INSTITUTO ATÁ, 2022).

O projeto foi desenvolvido nos anos de 2017 e 2018, e a principal ação realizada foi a implantação de um viveiro para o cultivo e pesquisa da baunilha e oficinas de capacitação para o seu manejo. O viveiro foi implantado no terreno da família de Fiota e Calisto. A estrutura do viveiro é metálica, coberta por tela sombrite e espaldeira de madeira de eucalipto para suporte das plantas de baunilha. A irrigação utiliza tecnologia de aspersão, o que demandou a instalação de uma torre com caixa d'água de 4.000 litros e bomba elétrica para captar água do rio Capivara. Em visita de campo à comunidade, em 2019, pôde-se constatar que as mudas de baunilha estavam com dificuldade de crescimento, por se tratar de uma espécie trepadeira nativa, e não ter se adaptado ao tutor de madeira de eucalipto tratado com produtos químicos. Segundo relato de Dirani, em fevereiro de 2022, o viveiro se encontrava desativado, sendo que todas as mudas plantadas de baunilha morreram.

Por outro lado, no território Kalunga vem surgindo experiências exitosas de produção de baunilha com tecnologias sociais desenvolvidas localmente, como a produção de baunilha pelo jovem Jeová Soares, na comunidade Vão do Moleque, que foi registrada no documentário “Jeová Soares has developed a technique of his own for growing Cerrado vanilla orchid in his backyard” (ASSOCIAÇÃO QUILOMBO KALUNGA, 2021). O jovem Jeová é sobrinho de Dirani e, em visita à sua casa, lhe explicou, *colhia lá na casa dele, e tinha esse viveiro lá plantado só com madeiramento do Cerrado, do mesmo local, madeira de eucalipto ela não segura a baunilha de jeito nenhum*. Dirani também iniciou o plantio de algumas mudas de baunilha no entorno de sua casa, *elas gosta do pé de daiá, ela tá com 5 anos que plantou, ela tá dando fruta, né, estou pensando em encher o quintal em todos os pé de indaiá*.

A baunilha era utilizada pelas mulheres apenas como alimento e remédio, *nós colhia ela, era mais para fazer bolo, fazer chá, essas coisas*, e a partir do projeto, a comunidade descobriu o seu valor de mercado, *daí depois que eles veio (projeto) e explicou para nós o valor dela, que daí nós deu para vender ela, nós colhia ela, mas não sabia prá que ela ia ser valorizada*. Assim a baunilha foi incorporada aos produtos comercializados pelas mulheres, sendo que o seu preço varia conforme o tamanho da fava, entre 20 e 50 reais.

⁴⁸ Cadeia de Valor é um conceito utilizado no contexto de produtos da sociobiodiversidade e considera a agregação de valores não monetários ao produto ao longo de suas etapas de produção (ALMEIDA; ALVES; PIRES, 2012).

Quando nós ia assim prá fora, nós vendia muito lá fora, mas agora quando vem aqui, vem alguém, nós vende, de preço variado, essas maiores tem vez que nós vende, eu já vendi até 50 (reais) uma banana (fava) daquela, que eles falou que não era prá nós abaixar o preço dela, quando o povo tava fazendo o projeto aqui, ela é muito valiosa, não era para abaixar o preço dela não, que ele falou que eles viesse aqui para comprar, que o Kg dela ia valer 1.000 reais, quando estava fazendo o projeto, que o Kg dela ia valer mil, mil e pouco. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

Após o término do projeto, em 2019, o site “De Olho nos Ruralistas” denunciou que o Instituto ATÁ havia registrado a marca comercial “Baunilha do Cerrado” no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) (PAES, 2019). A matéria veiculada pelo site ainda expôs a insatisfação da comunidade quanto aos resultados do projeto, principalmente sobre o uso dos recursos provenientes da Fundação Banco do Brasil. O Instituto ATÁ contestou as denúncias em entrevista concedida pelo próprio site em direito de resposta e também em sua página web (DE OLHO NOS RURALISTAS, 2019; ATÁ, 2022). Na entrevista ao site, o Instituto explica o uso dos recursos do projeto e afirma que o pedido de registro de marca ao INPI se referiu ao registro da marca para serviços, como beneficiamento, pesquisa, palestras, consultoria e cursos relacionados ao projeto Baunilha do Cerrado, sendo que estas categorias de registro não tratam de produtos e apenas de serviços, não havendo possibilidade de uso comercial da marca.

As atividades do referido projeto relacionadas ao desenvolvimento e aprimoramento técnico, comercial e sócio produtivo de produtos da comunidade foram realizadas com recursos do Instituto ATÁ, como contrapartida, no valor aproximado de 40 mil reais (PAES, 2019). Por meio da Cooperativa Central do Cerrado foram adquiridos produtos da comunidade, por valores um pouco acima daqueles praticados localmente, totalizando 8,7 mil reais. Os produtos adquiridos da comunidade foram: arroz de pilão, arroz comum, farinha de mandioca, mesocarpo de coco indaiá, gergelim e pimenta de macaco. Os produtos foram envasados e rotulados seguindo critérios da legislação sanitária, sendo que a Cooperativa Central do Cerrado possui alvará sanitário para tal atividade. No rótulo dos produtos aparece em destaque o nome do produto e as logomarcas do Projeto Baunilha do Cerrado, do Instituto ATÁ e da Cooperativa Central do Cerrado, além de informações técnicas exigidas para a rotulagem dos mesmos. O rótulo, tanto o projeto gráfico como a descrição do conteúdo, não foi elaborado em diálogo com representantes da comunidade.

Os referidos produtos compuseram a linha “Produtos Ecosociais Kalunga”, lançada no Mercado de Pinheiros, São Paulo, em 13 de abril de 2019⁴⁹. O lançamento contou com a

⁴⁹ O evento foi divulgado na conta do Instagram do Instituto ATÁ, @institutoata, no dia 13 de abril, e no Instagram da Central do Cerrado, @centraldocerrado, nos dias 13 e 14 de abril de 2019.

participação de Dirani e Fiota, que apresentaram os produtos da linha ao público presente. Neste evento, elas também prepararam um prato tradicional, arroz tropeiro⁵⁰, junto com o Chef Raul Godoy, e demonstraram como se pila no pilão de madeira paçoca feita com gergelim, farinha de mandioca e rapadura. Ao pesquisar sobre os “Produtos Ecosociais Kalunga” na internet só há uma referência no site *Crioula Curadoria Alimentar*⁵¹, e mesmo assim, com conteúdo de divulgação do lançamento dos mesmos. Na loja virtual da Central do Cerrado está à venda apenas o produto pimenta de macaco e ao telefonar para o box da Central do Cerrado, no Mercado de Pinheiros, a atendente informa que não há nenhum produto da linha disponível e que não há previsão de chegada dos mesmos.

Dirani ao ser questionada sobre o porquê do óleo de indaiá não ter sido um produto selecionado para compor a linha “Produtos Ecosociais Kalunga”, ela explica que foram comprados os produtos gergelim, arroz, mesocarpo e pimenta de macaco, e que considera que esses produtos *não pestia*, e que o óleo não foi comprado porque *não tinham costume de fazer cozinha com ele e não sabiam se as pessoas iam gostar*. Outra razão mencionada foi que o óleo é produzido por muitas pessoas e que o projeto teria que comprar de *todos*, e que não poderiam garantir a sua qualidade, *se tinha óleo com alguma bagunça, tem gente dentro da comunidade que toca óleo, um óleo de comida ou banha de porco*.

3.6 FEIRA DO ENCONTRO DE CULTURAS TRADICIONAIS DA CHAPADA DOS VEADEIROS – FESTIVAL DE SÃO JORGE

A principal feira que as mulheres participam para comercializar seus produtos acontece anualmente durante o “Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros”⁵², também conhecido por *Festival de São Jorge*, realizado na “Vila de São Jorge”⁵³, em Alto

⁵⁰ O prato arroz tropeiro foi elaborado com arroz de pilão, carne seca, óleo de pequi, óleo de gergelim, açafraão-da-terra e pimenta de macaco. Disponível em @institutoata, em 15 de abril de 2019.

⁵¹ Para maiores informações consultar site “Crioula Curadoria Alimentar. Disponível em: <http://crioula.net/2019/04/familias-quilombolas-do-territorio-kalunga-apresentam-alimentos-da-sociobiodiversidade-do-bioma-cerrado-em-lancamento-de-produtos-ecosociais/>. Acesso: 08 jun. 2022.

⁵² O “Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros” foi realizado pela primeira vez em 2001 e possui edições anuais, sendo organizado pela Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge. O encontro reúne mestres, brincantes, catireiros, violeiros, artistas, indígenas, quilombolas, raizeiros, agricultores, rezadeiras, pajés, cantadores, dançadores, entre outros povos e expressões da cultura brasileira. Há uma forte participação dos grupos da Chapada dos Veadeiros, com destaque para as mulheres da comunidade Vão de Almas que dançam a sussa (CAVALEIRO DE JORGE, 2022).

⁵³ A “Vila de São Jorge”, fundada por garimpeiros que chegaram à região em busca de quartzo, pertence ao município de Alto Paraíso de Goiás, e possui em torno de 1.000 habitantes. A vila está situada na entrada do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros e possui estrutura de restaurantes e pousadas. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Jorge_\(Alto_Para%C3%ADso_de_Goi%C3%A1s\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Jorge_(Alto_Para%C3%ADso_de_Goi%C3%A1s)).

Paraíso de Goiás (GO). O encontro é realizado pela Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, sempre na 2ª quinzena do mês de julho e tem a duração de uma semana, com um público estimado, em 2019, de 30.000 pessoas. Fiota conta que participou do 1º encontro, em 2001, quando foi *contratada* pela organização para dançar sussa. Em todas as edições do encontro, ela passa mais de 15 dias fora de casa, *dia 12 de julho, eu entro, e vou sair dia derradeiro de julho*. Além de dançar a sussa, Fiota leva seus produtos para serem comercializados, tanto no encontro, como aproveita para *mascatear* em Alto Paraíso após o encontro, como já descrito anteriormente. O encontro se tornou uma referência para as mulheres, um espaço de iniciação à comercialização, por ter sido durante muito tempo, a única oportunidade de comercialização dos seus produtos em grande quantidade. A partir de 2006, a organização do encontro incluiu a “Feira de Experiências Sustentáveis do Cerrado” na programação do evento. Para preparar os produtos para a feira, é necessário antecedência devido ao grande volume de comercialização, *e aí eu vou com dois meses, três meses eu vou utilizando as coisas, vou utilizando as coisas, vou juntando, e aí quando dá essa data eu fundo o mundo*.

A participação contínua de Fiota nos encontros fez com que ela se tornasse uma referência do mesmo, sendo considerada pelos organizadores “uma parceira do projeto há muitos anos, seja vendendo seus produtos da agrobiodiversidade do Cerrado, seja brilhando ao dançar a Sussa”⁵⁴. Fiota é uma das 16 mestras e mestres do Projeto Mestres e Aprendizizes na Chapada dos Veadeiros⁵⁵, uma realização da Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, sendo retratada em vídeo intitulado “Mestres e Aprendizizes: Fiota Kalunga” (BASSO, 2021). O vídeo é uma oportunidade de ouvir Fiota falando sobre os seus produtos, como são feitos e para que servem, principalmente sobre o óleo de coco indaiá, óleo de pequi, óleo de gergelim e sabonete de tingui. O “XX Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros”, por causa da pandemia do coronavírus, foi realizado de forma virtual, no período de 25 de julho a 23 de agosto de 2020. Já a 21ª edição do encontro, ainda por causa da pandemia, aconteceu de forma simbólica, de 24 a 31 de julho de 2021. O encontro simbólico foi abençoado, no dia 23 de julho de 2021, com uma reza para o Divino, entoada por Fiota e mais duas mulheres Kalunga⁵⁶. O

⁵⁴ Vide conta no Instagram do Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros, @encontrodeculturastradicionais, postagem do dia 31 de julho de 2021.

⁵⁵ O projeto Mestres e Aprendizizes da Chapada dos Veadeiros foi selecionado no Programa de Matchfunding do Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDS), que seleciona projetos capazes de deixar um legado para Patrimônios Culturais Brasileiros. O projeto arrecadou o total de R\$ 153.800,00, superando a meta. Disponível em: <https://benfeitoria.com/mestreseaprendizes>. Acesso: 08 jun. 2022.

⁵⁶ O Encontro simbólico contou com uma exposição fotográfica retratando os movimentos realizados em 21 anos do encontro e objetos de arte do acervo de cultura popular. A visitação à exposição obedeceu aos protocolos de prevenção à COVID-19. Além da exposição fotográfica, em espaço aberto, houve o hasteamento de mastro e a soltura de foguetes.

XXII Encontro foi realizado de forma presencial, de 23 a 30 de julho de 2022, sendo que Fiota, Dirani e Vanderli participaram do mesmo, apresentando a dança da sussa e comercializando seus produtos. Na programação do evento, Fiota ministrou uma oficina de gastronomia preparando a receita de “Arroz com Pequi”⁵⁷.

Vanderli conta que a sua história com o Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros começa com a participação de sua mãe, em 2004, quando ela ia dançar sussa e acompanhar o marido, *aí ela já vinha trazendo alguns litros de óleo, ela vendia e conseguia algumas coisas para a gente*. O pai de Vanderli, Sr. Valdeci⁵⁸, era convidado para fazer apresentações culturais no encontro.

[...] ele é zambubeiro, ele apresentava ali Império, faconista que é aquele que fica levando o facão, cantava curraleira, toca viola, canto do Divino, ele é guia, guia de Divino, guia de Santos Reis, dessas folias aí, canta na frente, os cantos, arremato de folia, as 8 horas que é um batuque que a gente faz à noite com umas candeinhas de cera de abelha. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 out. 2021).

Segundo Vanderli, o seu pai ficou muito conhecido na Vila de São Jorge pois, *o pessoal já começou a filmar ele, tirar foto, e foi ficando no facebook de uma galera, muita gente foi conhecendo quem é meu pai, e ele tendo mais novos amigos, e por ali ele trazia clientes para a minha mãe, e ela vendia seus oleozinhos de coco*. A mãe de Vanderli não participou de todas as edições do encontro porque tinha dificuldade em deixar os 7 filhos pequenos com outra pessoa, *que a minha mãe sempre foi ciumenta com nós*, e quando deixava, tinha que ser com alguma parente, *de mais de idade, que tinha mais responsabilidade*. Este fato incomodava a mãe de Vanderli, *ficar perturbando as pessoas sempre para ficar com a gente*, e conseqüentemente limitava a sua participação no Encontro. Em 2015, Vanderli participou pela primeira vez do Encontro para dançar sussa, foi com o pai, e em 2019, participou da feira do Encontro levando seus produtos. A participação de Vanderli como feirante no Encontro foi um divisor de águas na sua vida, dando-lhe coragem para assumir uma nova profissão, como já descrito anteriormente.

A participação de Dirani no encontro foi desde as primeiras edições, *logo que começou o festival lá, tem mais de uns 15 anos, que eu pego o festival lá, eu peguei lá diretamente*. A sua participação também está relacionada à sussa, porque fazia parte do grupo de pessoas que

⁵⁷ Para mais informações consultar conta no Instagram @encontrodeculturastradicionia, em 26 de jul. 2022.

⁵⁸ O Sr. Valdeci não faz mais apresentações porque está perdendo a visão, devido a uma diabetes muito forte, e em 2020, sofreu três vezes um Acidente Vascular Cerebral (AVC). Segundo Vanderli, o seu pai está com a memória falhando, mas mesmo assim, ainda toca viola e canta muito bem (Entrevista com Vanderli, por mensagem de áudio WhatsApp, em 04 out. 2022).

a organização do encontro buscava na comunidade Vão de Almas para fazer apresentações culturais.

É porque nós era a bailarina da Sussa, daí foi convidado, foi chamado prá nós, e aí até hoje, porque desse tempo prá cá, eles abriram espaço lá, que tenho o espaço lá de dançar a Sussa, e de cobertura de eu vender minhas coisas, e aí eu tenho a cultura minha lá de dançar a Sussa, de eu botar as minhas coisas, de botar minha banquinha lá. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 18 jan. 2022).

Dirani conta que no início levava óleo de coco para comercializar e vendia por um preço muito barato, sendo que isso foi mudando com a experiência, *naquele tempo nós não vendia, nós dava, porque nós levava naquele litrão, nós vendia a gordura naquele litrão, 20, 30, 40 reais, depois que foi subindo aos tiquinho, aos tiquinho*. Para comercializar toda a sua produção, ela sempre teve a estratégia de cobrar preços acessíveis aos consumidores, *lá é um lugar bom para vender, eu vou com aquele preço bem controlado, porque não dá para você perder o tempo, que dá prá você tirar seu lucro, eu levava muitas coisas e voltava com pouca coisa mesmo, vendia bom mesmo*.

Os principais produtos comercializados nas primeiras edições do encontro eram a farinha de mandioca, o arroz de pilão, o novelo de linha de algodão, o sabão de tingui, a paçoca de gergelim, a paçoca de carne, o óleo de pequi, o óleo e o mesocarpo de coco indaiá. Além destes produtos, como Dirani tem o ofício de ser costureira, comercializava também saias para as mulheres Kalunga dançarem a sussa.

[...] eu fazia nos inícios, levava também, das saias que eu faço aqui, levava, eu vendia porque tinha muitas mulheres que dançava sussa, mas tinha pouca delas que tinha a mesma saia, e muitas delas tava com vontade de dançar com a mesma saia, né, no grupo, que era uns grupos de 10 mulher prá dançar, 10 de cada grupo, tinha uns 3 grupos, um do lado, outro do outro, um do Vão de Almas, um do Engenho, um da Ema, e outro do outro lado do Paranã, aí tinha desses que não tinha, aí chegava lá e comprava na minha mão, né, para ser tudo igual, tipo das roupas. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 11 fev. 2022)

A diversidade de produtos comercializada no festival foi aumentando com o tempo, *só que hoje já tem mais produto, já tem o baru, tem hora que a gente já leva outro tipo de coisa, parecendo que é bom, a seiva do jatobá, antes eu não levava, hoje eu já tenho, seiva de baru, o açafreão, muitas coisas hoje a gente já leva*. A participação nos encontros não gera nenhum custo, nem de transporte e nem com alimentação durante o evento. A feira do encontro é considerada por Dirani o melhor espaço de comercialização de seus produtos, *prá eu ganhar mais dinheiro é no São Jorge*. Após o encontro, com o dinheiro obtido com a comercialização dos produtos, Dirani aproveitava a viagem para comprar *coisas de precisão*, antes de retornar

para casa, *eu vendia lá, quando vinha de lá prá cá, passava em Cavalcante, fazia minha feira de compra, de coisas que eu queria, comprava tudo e aí, o carro ainda vinha trazer nós na porta de novo, grátis.*

3.7 FEIRA DO CENTRO DE ATENDIMENTO AO TURISTA (CAT) DE ALTO PARAÍSO DE GOIÁS

A participação das mulheres em feiras permanentes só é possível na cidade de Alto Paraíso de Goiás. Na cidade existem duas feiras, sendo a Feira do Produtor Rural (BATISTA, 2020), que acontece no pátio ao lado da prefeitura do município e a outra no CAT (TRÊS LUAS, 2020a). A Feira do Produtor Rural é realizada às terças-feiras à tarde e aos sábados pela manhã, sendo que a feira de sábado é considerada a melhor feira da cidade, pois recebe os moradores e muitos turistas. A participação nesta feira tem o custo de R\$ 20,00 para o feirante, porém não é aberta à participação das mulheres, porque os fiscais não permitem a entrada de novos feirantes, *já tem pessoas que é bem mais velho lá e pessoas com muito produto que o mesmo que a gente trabalha, aí ele começa a exigir, não deixa entrar.*

As exigências para se cadastrar nessa feira são muitas e foge ao entendimento das mulheres, *aí o fiscal fala que tem que fazer não sei o quê, passar por não sei onde, tudo enrolado, só para não deixar ninguém vender.* Anteriormente, por determinado período, foi permitido que as pessoas não cadastradas vendessem seus produtos do lado de fora da feira, na rua, porém o fiscal entrevistado, *hoje nem pelo lado de fora ele não deixa, nem dentro e nem de fora.* As mulheres defendem que a feira deveria ser aberta à participação dos Kalunga.

Mas lá na prefeitura, ele, o rapaz que trabalha lá, ele é muito ingrato, aí eu fui botar uma feira lá, botar uma banquinha lá, me rejeitou, que não, Kalunga não pode aqui não, que ele não está cadastrado, e aí, teve uma moça que falou, não, prá ir para vender as coisas não precisa ser cadastrado lá não, ainda mais vocês Kalunga, e aí eu falei, não, tá bão, tem nada não. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 16 jan. 2022).

A feira que acontece no CAT é acessível às mulheres, pois é mais inclusiva, cobra o valor de R\$ 5,00 e permite que todos as pessoas comercializem os seus produtos, mesmo que seja do lado de fora da mesma, *essa feira junto do Cat Turismo, essa feira aí, ela é de todo mundo que chega lá, para fazer as mesadas para vender as coisas, eles não tem frescura; qualquer hora que eu chegar lá com uma mesa, nem que seja sem mesa, eles lá me arranja a mesa e eu fico lá.* A feira acontece às quintas-feiras à tarde e aos domingos pela manhã, sendo

que no domingo a feira recebe mais público. Porém, essa feira é considerada *bem mais fraca* em relação à Feira do Produtor Rural realizada aos sábados, pois segundo Vanderli, *domingo já não é igual sábado, parece que o povo está mais animado no sábado, em Alto Paraíso é uma cidade que tem muito turismo, mas a questão é que ele chega ali na sexta e no sábado, e no domingo eles já estão indo embora.*

Fiota sempre participou da feira do CAT, com a frequência aproximada de uma vez ao mês, e conta que depois da pandemia, a feira já voltou a funcionar, mas ela não voltou a participar. Ela se hospeda na casa de um amigo na cidade e considera que vale a pena sair da comunidade e ir à Alto Paraíso para participar da feira.

Em antes da pandemia, eu ia em mês e mês, na feira, em Alto Paraíso e aí chega na feira, eu faço a banquinha lá, e várias pessoas, tem mais de 10, 30 pessoas compra uma coisinha, uma compra um tantinho, outro compra outro, tudo agradece, tudo é liberdade para todos deles e prá mim também, que é uma ajuda de meu patrimônio, me ajuda. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 14 jan. 2022).

Vanderli começou a participar da feira do CAT em março de 2021 e tem um *pontinho* na feira. Ela considera que é um espaço importante de comercialização para identificar novos clientes, que com o tempo se tornam permanentes, e que muitas vezes, as pessoas vão à feira certas que vão entrá-la, e por isso, mantêm a frequência de participação na feira duas vezes ao mês. Já Dirani relata que participou apenas uma vez da feira em Alto Paraíso, *pela primeira vez que eu fui, e aí logo entrou a pandemia, aí não deu para sair mais, bem que eu gostei.*

3.8 PARTICIPAÇÃO SOCIAL E ESPAÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO

O convite para participar em feiras e eventos fora da região da Chapada dos Veadeiros acontece de forma esporádica, e chega principalmente para Fiota e Dirani, sendo que Vanderli ainda não teve nenhuma oportunidade e declara o seu desejo em participar, *quanto mais a gente anda mais a gente vai ter mais cliente e vai conhecer mais as pessoas, eu tenho muita vontade de sair para vender nessas feiras lá fora.* A participação nessas feiras é resultado da inserção de Dirani e Fiota em projetos desenvolvidos por instituições e organizações sociais junto ao povo Kalunga.

Um primeiro espaço de participação social que se abriu foi para a família de Fiota, junto à Faculdade da UnB de Planaltina (FUP), para participar, inicialmente, de uma pequena feira na universidade. Calisto, marido de Fiota, conta que conheceu duas professoras da FUP, por volta do ano de 2015, por meio do seu trabalho de guia turístico, *levou a gente para uma feira*

lá, chamou e pagou passagem e a gente foi para uma feira lá em Planaltina, e vendemos farinha de mandioca, vendemos óleo de coco, nesse tempo, a gente vendia no litro, vendemos arroz, vendemos um bocado de coisinha que a gente tinha, gergelim no litro.

Ele também se recorda de participar da formatura de jovens da comunidade Vão de Almas na FUP, que eram seus parentes, e que nesse dia da formatura, também foi realizada uma pequena feira, *a feirinha da UnB é pequenininha, é quase assim tipo de uma troca, mas para nós, para eu e a Fiota que tem essas coisinhas para vender, a gente vende um bocado, pelo menos óleo, essas coisinhas em embalagens pequenininhas, eles compram bastante, os estudantes, compra bastante.* A ida para a FUP não se restringe à comercialização dos produtos, sendo que Fiota e Calisto são convidados a conversar com os estudantes sobre o modo de vida Kalunga.

[...] e acostuma também da gente fazer palestra, eles pede prá gente fazer uma palestra, aí ajuda a gente um bocado, fazer palestra prá os estudantes, do que a gente vive, do que a gente já viveu, do que a gente tá vivendo inté agora, de coisa do Cerrado, da roça que a gente planta, porque tem muito aluno na UnB que eles come arroz, mas não sabe se arroz vem da terra, de onde vai, só pega lá no mercado, né! (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

Em 2016, a família de Fiota, incluindo seus dois filhos menores, foi convidada para participar de um encontro em Brasília pela FUP, no âmbito do projeto “Agregação de valor e construção de mercados para produtos do agroextrativismo da Amazônia e Cerrado”⁵⁹. O evento também foi um espaço para a comercialização de seus produtos.

Em 2017, Fiota foi convidada para participar como mestra da disciplina “Artes e Ofícios dos Saberes Tradicionais”, ofertada pelo Departamento de Antropologia da Universidade de Brasília (UnB)⁶⁰. O módulo teve a duração de duas semanas e Fiota ministrou aulas sobre a cultura Kalunga e a Sussa, assim como, levou seus produtos para serem comercializados. Nesta oportunidade, Fiota socializou que a sua casa havia sido destruída por um incêndio. Os alunos da disciplina se solidarizaram e fizeram uma campanha para comercializar todos os produtos que Fiota havia levado, e com isso, contribuir para que a sua casa fosse reconstruída. Neste

⁵⁹ O projeto foi desenvolvido no período de 2015 a 2018 e teve como objetivo pesquisar e desenvolver tecnologias apropriadas à agroindústria de beneficiamento e ao escoamento (transporte e armazenamento) de produtos dos biomas Amazônia e Cerrado, por meio de uma pesquisa-ação, com base nas demandas atuais de mercados específicos e nas práticas tradicionais das comunidades. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/3892023307408045>.

⁶⁰ A disciplina está inserida no projeto “Encontro de Saberes”, como uma proposta de formação intercultural para o ensino formal, capaz de promover a inclusão das artes e saberes tradicionais na grade curricular e, simultaneamente, das mestras e mestres tradicionais na docência. A iniciativa é do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia de Inclusão no Ensino Superior e na Pesquisa da UnB (INCTI). A proposta foi lançada em 2010, através de um projeto piloto, sendo que mestras e mestres de diversas regiões do Brasil atuaram como docentes da disciplina “Artes e Ofícios dos Saberes Tradicionais”. Disponível em: <https://encontrodesaberes.tumblr.com/post/167872458814/produtos-kalunga>.

intuito, criaram uma página no *Facebook*, “Fiota Kalunga”, sendo que os produtos foram divulgados em posts, com informações sobre os seus usos e preços. Os produtos anunciados no *Facebook* foram: óleo de coco indaiá; açafraão; arnica com arco; farinha de jatobá; farinha de mandioca; gergelim; óleo de gergelim; azeite de mamona; pequi desidratado; pó de caroço de algodão; e vinho de jatobá (seiva). Os produtos anunciados no Facebook ficaram à venda na universidade, assim como, os alunos se disponibilizaram a entregar os produtos para quem quisesse comprá-los e não pudesse buscá-los.

Ainda no âmbito da UnB, em 2022, no dia 30 de agosto, Fiota participou da “Feira de Produtos da Sociobiodiversidade do Território Kalunga”, no prédio da UnB Planaltina, promovido pelo Polo UnB Kalunga através do Projeto de Extensão Agroextrativismo e comercialização de produtos da sociobiodiversidade do Território Kalunga (ACSBio). O projeto ACSBio teve início em 2021 e tem o objetivo de criar e fortalecer canais de comercialização dos produtos Kalunga, com a realização de feiras da sociobiodiversidade em datas específicas e a criação de um grupo permanente de compras dos produtos Kalunga.

Outros espaços de participação social das mulheres Kalunga em feiras fora da região da Chapada dos Veadeiros, nos anos que antecederam a pandemia da COVID-19, podem ser exemplificados pela participação de Fiota e Dirani no X Congresso Brasileiro de Agroecologia, 2017, em Brasília (DF) e no IV Encontro Nacional de Agroecologia, 2018, em Belo Horizonte (MG). A participação nessas feiras foi por meio de convites da Articulação Pacari e do Slow Food Brasil, sendo todos os custos subsidiados por estas organizações e pelas instituições organizadoras dos respectivos eventos. Dirani ainda participou, em 2019, do IX Encontro e Feira dos Povos do Cerrado, em Brasília (DF), promovido pela Rede Cerrado, como representante da Articulação Pacari.

Estes eventos proporcionaram além da comercialização dos produtos, a capacitação das mulheres em temas socioambientais, como a participação de Dirani e Fiota no seminário temático “Saúde Integral e Medicina Tradicional”, durante o IV ENA. Este seminário apresentou experiências de raizeiras e os seus respectivos trabalhos pela conservação e o acesso livre às plantas medicinais nativas e aos territórios tradicionais (LONDRES, 2021). Outro destaque foi a participação de Dirani no seminário “A importância dos povos e comunidades para a conservação do Cerrado”, que aconteceu na Câmara dos Deputados, com a presença de lideranças de movimentos sociais e deputados federais, dentro da programação do IX Encontro e Feira dos Povos do Cerrado.

As mulheres nesses espaços também são entrevistadas por diversos meios de comunicação, como jornais locais, redes sociais de organizações, instituições e por blogueiros.

Há também a abordagem de estudantes universitários que fazem entrevistas e muitas vezes apresentam propostas de pesquisas junto à comunidade. Outras vezes, os contatos são de pessoas que gostariam de conhecer o território Kalunga e agendam possíveis visitas. Acrescido a isso, há o intercâmbio de experiências entre as comunidades que participam dos eventos, amizades que surgem, ideias para o desenvolvimento de novos produtos, informações sobre tecnologias sociais, troca de sementes, ou seja, é uma vivência de comercialização que vai além da venda dos produtos.

Porém, a participação nessas feiras demanda que Dirani e Fiota fiquem vários dias fora de casa, criando uma certa expectativa quanto ao volume de vendas que irão realizar, para compensar o investimento da viagem, e por vezes, essa expectativa é frustrada. Uma das causas é a localização da banca de cada mulher na feira, como aconteceu no X Congresso Brasileiro de Agroecologia, em Brasília, quando Dirani ficou prejudicada por ter ficado no final da feira, em local de pouca visibilidade, e quando o público chegava até ela, muitas vezes, já havia comprado de Fiota, que ficou no início da feira. Outra questão é quando as mulheres precisam dividir a mesma banca numa determinada feira, comercializando os mesmos tipos de produtos, como aconteceu com Dirani e Fiota no IV ENA, em Belo Horizonte (MG). Esse fato provocou que houvesse uma certa ‘disputa’ entre elas por cada consumidor em potencial que se aproximava da banca, fazendo com que uma vendesse muito mais que a outra. Outra questão relevante é a falta de público na feira, com a visita de um número pequeno de consumidores, como aconteceu na Feira Rural no Parque de Brasília, em setembro de 2021, que segundo Dirani, foi devido à pandemia da COVID-19.

3.9 ORGANIZAÇÃO COLETIVA DO CERRADO AGROECOLÓGICO (OCCA)

Os produtos também são comercializados por meio de redes formadas por parentes, amigos e conhecidos das mulheres. Estas pessoas normalmente trabalham em pousadas, restaurantes, lojas, prestadores de serviços como diaristas, jardineiros, motoristas, etc nas cidades de Cavalcante e Alto Paraíso, e ao identificarem a demanda de consumidores, repassam os pedidos dos produtos às mulheres. Algumas pessoas também ficam com uma determinada quantidade de produtos e realizam a venda direta, como conta Vanderli, *eu deixo com umas colegas que pede para apresentar os produtos para outras pessoas, quando eu chego, às vezes já vendeu, outra hora, já faz uma transferência para a minha conta*. Por vezes, a venda dos produtos por parentes e amigos pode envolver uma cobrança de porcentagem do valor do

produto. Essa rede também envolve pessoas que moram na região e têm um trânsito contínuo em Brasília.

Eu lá no Cavalcante, eu deixo, tem uma amiga minha, que chama Daniela, eu deixo lá, para vender prá mim, e Ju, Juliana, também vende prá mim, aí ela saí, deixo lá, igual estou aqui no Vão de Almas, aí deixo lá, mando prá ela que ela manda, prá mode ela vai para Brasília, leva o kit prá vender, de óleo de coco, sabão de tingui, óleo de mamona, dendê de coco, tudo isso que eu tenho, aí ela sai vendendo. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 14 jan. 2022).

A comercialização dos produtos de Dirani e Fiota via articulações e redes foi intensificada pela oportunidade que se abriu em Brasília via a Organização Coletiva do Cerrado Agroecológico (OCCA)⁶¹. A OCCA oferece produtos agroecológicos e da sociobiodiversidade para consumidores de Brasília, por meio da loja online “Faz a feira”⁶². Os consumidores fazem seus pedidos e recebem os produtos em casa ou ainda podem retirá-los em 3 diferentes locais da cidade. Em consulta à loja *online* da OCCA⁶³, em janeiro de 2022, estava à venda os seguintes produtos Kalunga: arroz de pilão; baunilha; açúcar com baunilha; açafraão em pó; farinha de jatobá; farinha de mandioca; gengibre em pó; gergelim cru; gergelim torrado; gergelim escuro torrado; gergelim misto torrado; massa de tapioca (farinha de crueira / polvilho); mesocarpo de baru; mesocarpo de coco indaiá; pimenta de macaco em pó; óleo de coco indaiá; óleo de gergelim; óleo de pequi; cajuzinho do cerrado; mangaba; pequi; polpa de mangaba; candeia; resina de angico; sabão de tingui; óleo de mamona; e semente de milho crioulo. A maioria dos produtos são apresentados sem embalagens, apenas a imagem do produto em si, outros recebem embalagens com rótulos da própria OCCA e outros com a marca *Mãe de óleos Kalunga*, sendo todos descritos como produtos Kalunga.

Aí nós estamos deixando lá com a Denise, Denise está vendendo lá prá nós, é assim que nós estamos fazendo, nós arrumou essa rede de pessoa para ajudar nós, aí ela pede, põe aqui, vem as coisas aqui bastante, que eu vou sair vendendo, prá mode que o povo tá querendo, fica mais fácil. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 15 jun. 2022).

Para compreender como se construiu a parceria de Dirani e Fiota com a OCCA, a idealizadora da organização, Denise Barbosa, relata uma trajetória de projetos na qual trabalhou

⁶¹A OCCA é formada por um grupo de agricultores(as) familiares, profissionais de diversas áreas e produtores(as) parceiros(as) com o objetivo de oferecer uma variedade de serviços e produtos agroecológicos, orgânicos, artesanais e da sociobiodiversidade brasileira. Disponível em: <https://www.fazafeira.com/occagroecologica>.

⁶²A “Faz a feira” é descrita como uma plataforma ativista para e-commerce de pequenos produtores, onde um produtor ou uma associação pode criar uma loja online especializada em hortifruti e mercearia, 100 % gratuita, e ainda receber suporte técnico para o gerenciamento da mesma. No final de cada compra, o consumidor pode fazer uma doação para manter a plataforma. Disponível em: <https://www.fazafeira.com/>.

⁶³Consulta à loja online da OCCA. Disponível: <https://www.fazafeira.com/occagroecologica>. Acesso: 30 jan. 2022.

junto às comunidades Kalunga. Ela conta que trabalhou em projetos de pesquisa e extensão na UnB Campus Planaltina, com o tema agroecologia e aproveitamento de frutos do Cerrado, e que, em 2016, o projeto realizou diversos encontros envolvendo comunidades Kalunga. Em um desses encontros, realizado em Brasília, participaram Fiota, Calisto e seus dois filhos menores, Adenilson e Carlos Antônio. Nesta oportunidade, após o encontro, Denise convidou Fiota e sua família para participarem de um mutirão de implantação de uma agrofloresta em sua chácara, localizada no município de Luziânia (GO), o que seria o início da OCCA, sendo que essa vivência a aproximou muito da família de Fiota. Em 2017, Denise foi contratada como consultora do projeto Slow Food região centro-oeste, e entre outras ações, trabalhou no desenvolvimento da “Fortaleza do Gergelim Kalunga⁶⁴” junto a comunidades Kalunga, o que lhe proporcionou continuar mantendo contato com a família de Fiota.

Em 2018, aconteceu um miniseminário do projeto Slow Food, em Brasília, e Fiota era uma das representantes Kalunga, e trouxe muitos produtos para serem comercializados no evento. Porém, ela não conseguiu vender todos os produtos, e solicitou à Denise que ficasse com os mesmos para tentar comercializá-los em Brasília. A partir desta proposta, os produtos Kalunga começaram a fazer parte dos produtos que a OCCA comercializava, advindos da agrofloresta da chácara da Denise e de parceiros. Em 2018, Denise também trabalhou, por alguns meses, para o projeto “Baunilha do Cerrado”, já descrito anteriormente, na perspectiva de promover a sua continuidade, diante dos conflitos que o mesmo enfrentava junto à comunidade Vão de Almas. Essa assessoria, também foi uma oportunidade de se aproximar mais da família da Fiota e de outras mulheres da comunidade, principalmente de Dirani, que era uma das referências do projeto na comunidade. Com isso, a parceria da OCCA com Fiota e Dirani se firmou e se fortaleceu, principalmente, com a participação de Fiota em feiras e eventos, *porque a Fiota é, das mulheres que eu conheço, a que mais sai da comunidade, para participar de feiras, de várias coisas.*

A pandemia dificultou a parceria das mulheres com a OCCA, porque os projetos foram encerrados, fazendo com que Dirani e Fiota não fossem mais para Brasília e que Denise não conseguisse mais visitar a comunidade. A pandemia também impactou no envio dos produtos da comunidade para Brasília, sendo que, durante aproximadamente 6 meses, fossem comercializados apenas os produtos que foram enviados em 2019. Só a partir de junho de 2020, Fiota e Dirani começaram a enviar novamente os seus produtos para Brasília para serem comercializados, mesmo assim, em pequenas quantidades.

⁶⁴ Para maiores informações consultar Fortaleza do Gergelim Kalunga. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/fortaleza/fortaleza-do-gergelim-kalunga/>.

Em setembro de 2021, a OCCA conseguiu levar Fiota e Dirani para participarem da Feira Rural no Parque de Brasília, promovida pela Emater. Para isso, a OCCA organizou uma rifa online para custear as despesas de transporte de Dirani e Fiota, sendo que o recurso arrecadado, além de custear o transporte, *trouxe até na porta*, proporcionou que as mulheres fizessem algumas compras, e adquirissem um *fardo de arroz*, antes de voltarem para casa.

A fonte nossa está sendo a Denise, Denise que está sendo a fonte nossa aí em Brasília, que eu tó mandando direto prá ela, ela vende junto com as coisas dela, que ela mexe com uma horta, ela vende um bocado de coisinhas de horta tudo orgânico e aí, mistura com a nossa e leva para a feira e vende, nós achou uma parceira, uma amigona ela, aí ela que está arrastando Fiinha diretamente para as feiras aí, onde tem feira ela tá levando. (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

A parceria com a OCCA também abriu novos espaços em Brasília para a comercialização dos produtos, como cafés, padarias e restaurantes, como o “Pingado Café”⁶⁵ e “Maytreia Café do Cerrado”⁶⁶. Esta comercialização, que inicialmente teve a intermediação de Denise, deu continuidade de forma direta entre as mulheres e os respectivos estabelecimentos.

[...] aí nisso eu fui tentando ver restaurante, ver outras pessoas que pudessem ajudar, aí eu lembro que na época, o Calisto já tinha começado a mandar direto para algumas, tipo a Padaria Pasta Madre aqui em Brasília, já pega direto com ele, eu não preciso mais ficar no meio do caminho. (Entrevista com Denise, mensagem de áudio de WhatsApp, 15 jan. 2022).

A parceria se consolidou pra além de uma relação comercial, e entre outras trocas, quando o filho mais novo de Fiota, Adenilsom, precisou de atendimento dentário, devido a complicações da extração de um dente no serviço público de Cavalcante, Denise o recebeu em Brasília por 8 vezes para fazer o tratamento.

⁶⁵ Pingado Café é um café e mercearia de produtos da biodiversidade e agricultura familiar, localizado na CCSW 5, Omega Center, Brasília. A sua conta no Instagram, @pingadocafebrasil, no post de 22 de setembro de 2021, apresenta imagem de Dirani e Fiota com os produtos que serão comercializados no local: óleo de coco indaiá, óleo de pequi, óleo de mamona e farinha de jatobá.

⁶⁶ Maytreia Café do Cerrado é um restaurante localizado na CLN 405, Bloco D, Loja 45, Brasília. A sua conta do Instagram, @maytreiacerrado, no post de 20 de setembro de 2021 convida para uma troca de saberes com Dirani e Fiota no restaurante, e informa que os seus produtos estarão à venda no mesmo.

Eu tô indo para Brasília, que eu vou levar Adenilsom, que ele pegou um problema no dente, tá aí assim, mas agora deu certo, Denise me ajudou demais, contribuiu com os amigos lá, aí deu certo sobre o dente de Adenilsom, pegou um pouco de infecção, porque arrancou o dente aí em Cavalcante, aí a dentista deixou uma lasca de dente no dente dele, virou um treco, mas tá bem, graças a Deus, agora, nós vai lá, é o último dente que vai, acabou, agora só tem um, já arrumou os outros tudo, porque a Denise me arrumou, de ir lá para a Denise, 15 em 15 dias ele ia, para Brasília, Adenilsom, foi 8 vezes parece, que ele foi lá, Denise atendendo lá prá mim, aí a dentista de Adenilsom falou prá mode eu ir, para mode eu ir lá, chegar lá 2 horas da tarde, aí eu vou comparecer lá. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 05 nov. 2021).

3.10 PORTAS ABERTAS PELA GASTRONOMIA E PELA NUTRIÇÃO

As trilhas identificadas e percorridas pelas mulheres para a comercialização de seus produtos abriram espaços para a experimentação destes produtos por profissionais da área da alimentação, como chefs de cozinha e nutricionistas. O reconhecimento dos produtos Kalunga se deu tanto por seus valores nutricionais, assim como, pelo potencial de incorporação dos mesmos pela alta gastronomia e pelo movimento da alimentação vegana e vegetariana.

3.10.1 Fortaleza do Gergelim Kalunga

O Slow Food Brasil⁶⁷ criou, em 2018, a “Fortaleza do Gergelim Kalunga”⁶⁸, por meio do projeto “Alimentos Bons, Limpos e Justos”⁶⁹. O gergelim Kalunga (*Sesamum indicum* L.), espécie originária da Ásia e da África, é cultivado *desde sempre* no território Kalunga. A utilização do gergelim nas comunidades é diversa, sendo mais comum o seu uso no preparo da

⁶⁷ O Slow Food é um movimento, organizado em rede, de atuação local e articulação global, presente em mais de 160 países. A sua missão é salvaguardar as culturas e tradições locais que contribuem e compõem a diversidade alimentar, valorizando os saberes, os produtos e as pessoas. Para maiores informações consultar o site do Slow Food Brasil. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento/>. Para maiores informações consultar Makuta (2018).

⁶⁸ Os projetos das Fortalezas Slow Food são desenvolvidos em áreas geográficas específicas, em territórios, e têm o objetivo de auxiliar grupos de produtores a garantir a qualidade de produtos artesanais. As estratégias das Fortalezas variam conforme as necessidades e características de cada grupo, e vão desde a aproximação entre produtores, o apoio na construção de protocolos de produção, divulgação dos produtos, até investimentos diretos em equipamentos e subsídios para a produção. As tipologias para a escolha de Fortalezas visam conservar um produto tradicional em risco de extinção, preservar técnicas de produção tradicional em risco de perda cultural, conservar paisagens rurais e ecossistemas em risco, através da sustentabilidade ambiental (limpo) e socioeconômica (justo), garantindo a viabilidade futura para os produtos tradicionais. Fortalezas Slow Food. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/fortalezas/>. Para maiores informações consultar Milano *et al.* (2013).

⁶⁹ As atividades do projeto “Alimentos Bons, Limpos e Justos” para criar a Fortaleza do Gergelim Kalunga contou com a parceria da Associação Quilombo Kalunga, Cooperativa Central do Cerrado e FUP. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/fortaleza/fortaleza-do-gergelim-kalunga/>.

paçoca de gergelim, e como fonte de gordura, junto ao óleo de indaiá e à banha de porco (ZOCHI, 2017).

O projeto iniciou suas atividades em 2017, e diagnosticou que, em anos passados, vários grãos não estavam sendo cultivados no território Kalunga, tais como arroz, feijão e gergelim. Este fato vinha ocorrendo, principalmente, pelo êxodo rural e pela falta de chuvas devido às mudanças climáticas. Porém, dentre esses grãos, o gergelim é uma espécie que resiste bem à seca. A criação da Fortaleza do Gergelim teve o objetivo de incentivar que mais pessoas voltassem a plantar a espécie, assim como, abrir oportunidades para a comercialização do produto.

No âmbito do projeto, nos dias 24 e 25 de abril de 2017, foi realizado, em Brasília, o “Seminário de Construção de Mercados para Alimentos Bons, Limpos e Justos na Região Centro-Oeste”⁷⁰. O evento contou com a participação de representantes de 3 Fortalezas do Centro-oeste, restaurantes, grupos organizados de consumo, instituições de ensino, órgãos de governo e organizações não governamentais (ONGs). Fiota foi uma das participantes do seminário, representando a Fortaleza do Gergelim Kalunga, e apresentou a história do seu cultivo e principais dificuldades para a sua comercialização. A programação do evento também contou com uma feira, onde Fiota pôde comercializar os seus produtos.

Um dos resultados obtidos pelo projeto foi a visibilidade dada ao produto tradicional gergelim junto ao consumidor em geral e a chefs de cozinha. A partir de 2018, o gergelim Kalunga passou a compor a Arca do Gosto⁷¹, um catálogo mundial que identifica, localiza, descreve e divulga alimentos especiais ameaçados de extinção. Nessa perspectiva de visibilidade, pode-se citar a participação de Fiota na feira do X Congresso Brasileiro de Agroecologia, realizado em 2017, Brasília (DF), com público estimado de 5.000 pessoas. Fiota foi convidada pelo Slow Food para participar da feira com representante da Fortaleza do Gergelim Kalunga e na oportunidade comercializou seus diversos produtos.

⁷⁰ Participantes do “Seminário de Construção de Mercados para Alimentos Bons, Limpos e Justos na Região Centro-Oeste”: Secretaria Especial da Agricultura Familiar e Desenvolvimento Agrário (SEAD); Instituto Federal de Brasília (IFB) – Campus Planaltina; Rede Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA) Brasília; WWF Brasil; Restaurante Buritizen; Aliança dos Cozinheiros Slow Food Distrito Federal; Cooperativa Central do Cerrado; Observatório Brasileiro de Hábitos Alimentares (OBHA) da FIOCRUZ Brasília; Mídia Independente PorqueNão? Disponível em: <http://www.asbraer.org.br/index.php/rede-de-noticias/item/3840-seminario-promove-a-sociobiodiversidade-do-centro-oeste>.

⁷¹ Para obter mais informações sobre a “Arca do Gosto Slow Food” consultar: <https://slowfoodbrasil.org/arca-do-gosto/>.

[...] tinha uma feira lá, esqueci o nome da feira, aí ela foi e me chamou prá lá, um bocado de produto, e aí desse produto que eu levei, vendi vários produto, vendi tudo, vendi mais de 2.000, vendi mais de 2.000 em produto, foi uma feirona, tinha várias pessoas, de várias cidades, grandona mesmo, parece que é a casa mais maior de Brasília, que fez a feira lá, aí me chamaram e eu achei muito importante dessa época, que eu tó andando, fui andando, andando, andando, aí foi uma coisa maravilha, prá mim que está dando certinho vender meus produtos, eu tó feliz com meus produtos, vendendo meus produtos. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

3.10.2 Expedição Gastronômica Vão de Almas

Há uma aproximação dos chefs de cozinha com os produtos tradicionais Kalunga, o que pode ser demonstrada pela expedição gastronômica, realizada em abril de 2019, quando 5 chefs de cozinha⁷² do projeto “Cerrado no Prato”⁷³ visitaram a família de Fiota. O objetivo da expedição foi o de buscar conhecimentos sobre a cultura alimentar da comunidade e sobre os produtos do Cerrado. A expedição foi registrada em fotografias⁷⁴ e no vídeo “Expedição Kalungas: Vão de Almas (GO)”⁷⁵. O vídeo, com apenas sons ambiente e trilha sonora, sem entrevistas e nem falas, mostra o convívio do grupo de chefs com a família, e apresenta cenas do fazer farinha de mandioca, do pilar paçoca de gergelim, e imagens de plantas, como a baunilha do Cerrado. O filme foi apresentado na programação do 10º Slow Filme – Festival Internacional de Cinema e Alimentação, que aconteceu em Brasília (DF), em agosto de 2019⁷⁶. O evento foi realizado no Cine Brasília, e além dos 23 filmes exibidos, a programação contou com lançamento de livros, *workshops*, degustações, debates e uma feira de produtos locais durante os quatro dias do evento. Fiota participou da feira do festival, proporcionando a degustação da paçoca de gergelim e comercializando seus produtos⁷⁷.

⁷² Participaram da “Expedição Kalungas: Vão de Almas (GO)” os chefs: Almir da Fonseca, Ana Paula Jacques, Leandro Nunes, Matheus Zanella e Simon Lau.

⁷³ O Cerrado no Prato é um coletivo que reúne chefs e pesquisadores que têm o objetivo de promover a sociobiodiversidade do Cerrado por meio da gastronomia e do turismo. Para o coletivo, valorizar o Cerrado é conhecer o bioma, e para isso, é importante conhecer as comunidades que vivem nele. Disponível: <https://cerradonoprato.com/cerrado-no-prato>.

⁷⁴ As fotografias de Rafael Facundo foram apresentadas na mostra fotográfica “Expedição Kalungas – Vão de Almas (GO)”, como parte da programação da II Jornada Nacional do Conhecimento Sabores e Saberes do Cerrado, realizada pelo Instituto Federal de Brasília. O evento aconteceu em ambiente virtual, no período de 11 de agosto a 11 de setembro de 2020. Disponível em: <https://saboresesaberesdocerrado.com/>.

⁷⁵ O vídeo “Expedição Kalungas – Vão de Almas (GO)”, com duração de 3 minutos, é uma produção do Projeto Cerrado no Prato e realizado por Facundo (2019a, c). Disponível em: <https://vimeo.com/351985245>.

⁷⁶ O Slow Filme – Festival Internacional de Cinema e Alimentação é definido como um encontro entre a arte cinematográfica e o melhor da gastronomia mundial, com foco na sustentabilidade. O festival é realizado desde 2010 pela empresa Objeto Sim Projeto Culturais e curadoria do professor, cineasta e crítico Sérgio Moriconi. Disponível em: <http://objetosim.com.br/10o-slow-filme-festival-internacional-de-cinema-e-alimentacao/#:~:text=Uma%20verdadeira%20festa%20de%20sabores,Cultural%20Renato%20Russo%20508%20sul.>

⁷⁷ A página do Slow Film no *Facebook* apresenta a degustação de paçoca de gergelim proporcionada por Fiota, na postagem do dia 23 de agosto de 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/festivalslowfilme/>.

O projeto “Cerrado no Prato” também produziu o vídeo “Biodiversidade no Prato”⁷⁸, que apresenta imagens de pratos criados por chefs que participam do coletivo. Entre os pratos apresentados estão aqueles dos 5 chefs que participaram da “Expedição Kalungas – Vão de Almas”. Como exemplo, podemos citar o prato “Vol-au-vent de guariroba com gergelim Kalunga” da chef Ana Paula Jacques e “Pirarucu em óleo de pequi, gelée de maxixe e hortaliças PANCS” do chef Almir da Fonseca. A chef Ana Paula Jacques é professora de gastronomia do Instituto Federal de Brasília e autora da publicação “Aqui tem Cerrado no Prato” (JACQUES, 2018), com receitas que utilizam produtos Kalunga. O renomado chef Almir da Fonseca é professor do “The Culinary Institute of America”, no campus de St. Helena, Califórnia, Estados Unidos, e viaja o mundo pesquisando receitas, técnicas e ingredientes. Autor do livro “The Brazil Project”, publicação, que segundo informações de seu site⁷⁹, “é uma celebração e exploração da história, sabores, texturas e cores das cozinhas regionais do Brasil”.

A expedição gastronômica rendeu a formação de um grupo de compra dos produtos da Fiota em Brasília, em maio de 2019, que funcionou até março de 2020, com a chegada da pandemia da COVID-19.

Esse grupo foi cinco chefs de cozinha que veio aqui em casa, aí a gente criou esse grupo aqui em casa, e aí eu mantenho o grupo até hoje, aí eu vendo as coisas para esse grupo, eles me comprou muita baunilha, muito óleo de coco, eles me comprou, gergelim, arroz, farinha de jatobá, então foi para esse grupo que eu vendi muito, foi uns chefs de cozinha que veio aqui em casa, aí eles falou para a gente criar um grupo, aí criou um grupo, tem uma moça que ajuda administrar o grupo que eu nem conheço ela, [...] mas agora está parado porque mode essa epidemia prá cá, quem tomava conta mudou de lugar, agora eu estou mandando diretamente para as pessoas, os que pede eu mando diretamente para eles. (Entrevista com Calisto, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 fev. 2022).

Antes da pandemia, os produtos de Fiota eram enviados de Cavalcante para Brasília toda quinta-feira, via lotação, que transportava os produtos diretamente até um determinado ponto de entrega. O grupo funcionava via WhatsApp, com a divulgação semanal dos produtos disponíveis para os clientes, que faziam os pedidos e buscavam no ponto de entrega. Depois da pandemia, a família continuou enviando para algumas pessoas do grupo, que faziam o pedido diretamente para o WhatsApp de Fiota ou Calisto, sendo os produtos entregues pela lotação que sai de Cavalcante diretamente na casa destes clientes, com um custo mais elevado e com maior prazo de entrega. Para produtos congelados, como polpa de frutas do Cerrado, a família de Fiota

⁷⁸ Vídeo Biodiversidade no Prato, com duração de 01:39 min (FACUNDO, 2019b). Disponível em: <https://vimeo.com/342277600>.

⁷⁹ O Site de Almir da Fonseca está disponível em: <https://chefalmirdafonseca.com/>.

conseguiu o apoio de uma amiga que recebe e faz a entrega dos mesmos na casa dos clientes, porém, esta pessoa mora longe do centro de Brasília, o que onera o custo dos produtos. Em maio de 2022, Fiota e Calisto recorreram ao grupo para divulgar uma rifa de produtos⁸⁰, visando arrecadar recursos para exames e tratamento de saúde de um de seus filhos em Brasília. O grupo, em maio de 2022, contava com a participação de 237 (duzentos trinta e sete) pessoas.

3.10.3 Veganismo e vegetarianismo

Os produtos Kalunga também fazem parte de pratos do restaurante vegano *Buritizen*, localizado em Brasília (DF). Ao visitar o *Instagram* do restaurante, *@buritizen*, é possível identificar diversas postagens que remetem aos produtos. A postagem do dia 26 de junho de 2018, apresenta “arroz com ora-pro-nóbis, com ou sem pequi, finalizado com castanha de baru e leite de coco indaiá”. A postagem ainda informa que o coco indaiá é um produto da sociobiodiversidade do Cerrado, coletado por mulheres Kalunga e que a chef Ana Boquadi, *@anaboquadi*, idealizadora do restaurante, o obteve pelas “mãos da Dona Fiota, que vem da comunidade Vão de Almas”. A postagem do dia 30 de setembro de 2018, diz que Fiota e o marido, Calisto, vieram entregar a encomenda de mangaba e cajuzinho ao restaurante, e mostra a foto de Fiota segurando uma garrafinha de óleo de coco indaiá na mão. Nesta mesma postagem, há uma solicitação de doações para o casal, com o objetivo de ajuda-los a comprar portas para finalizar a obra da casa nova, após incêndio que destruiu a casa onde moravam. A postagem do dia 6 de janeiro de 2020 mostra uma foto de Fiota e informa que é ela quem fornece o arroz dos risotos com sabores variados que o restaurante oferta aos seus clientes, designando o produto como “esse arroz tem história, ancestralidade e resistência”. Em 4 de novembro de 2021, o restaurante apresenta a torta de chocolate com baru como uma das mais vendidas, sendo produzida com farinhas especiais do Cerrado fornecida por Fiota. A postagem apresenta a imagem da composição do prato com a torta rodeada por sementes de baru e frutos do coco indaiá.

O restaurante *Buritizen* ainda no propósito de promover o “encontro da culinária vegana com a culinária natural Kalunga”, realizou no dia 26 de maio de 2019, o curso “Cozinha Raiz

⁸⁰ A rifa consiste no sorteio de uma cesta de produtos contendo 20 garrafinhas de óleos de 50 ml/cada, sendo: 10 óleos de indaiá; 5 óleos de mamona e 5 óleos de pequi. A rifa contém 150 números, no valor de R\$ 20,00 (vinte reais).

Kalunga”⁸¹, ministrado por Fiota. O curso abordou conhecimentos sobre como incluir os produtos do Cerrado em pratos principais, bolos e biscoitos, além de informações sobre o “beneficiamento dos frutos do Cerrado, chás e outras medicinas tradicionais com plantas e raízes típicas”. Entre outras receitas, Fiota ensinou como fazer bolo com farinha de coco indaiá (mesocarpo); biscoito com mesocarpo de baru; arroz mugunzá com arroz de pilão, óleo de coco indaiá, carne de cajuzinho do Cerrado e abóbora Kalunga. O pacote de participação no curso incluiu almoço, apostila de receitas e um kit com produtos do Cerrado, sendo a renda obtida destinada exclusivamente para Fiota. O curso ainda contou com o preparo do sorvete de baunilha por Ana Boquadi e a comercialização da Baunilha do Cerrado para os participantes.

A aproximação dos produtos Kalunga com o veganismo e vegetarianismo proporcionou a participação de Fiota como expositora, comercializando seus produtos na Feira Vegana do Vegfest Brasil 2019 – VIII Congresso Vegetariano Brasileiro⁸², que aconteceu em Brasília, de 10 a 13 de outubro de 2019, com um público estimado de 5.000 pessoas.

3.10.4 Espaços da Nutrição

Em julho de 2019, Dirani e Fiota participaram do I Congresso do Centro-Oeste de Nutrição Funcional⁸³, em Brasília (DF), promovido pelo VP Centro de Nutrição Funcional⁸⁴. Entre outras atividades⁸⁵, Dirani e Fiota participaram de uma oficina culinária sobre diversidade alimentar, promovida pelo projeto *Urban-Driven Innovations for Sustainable Food Systems* (URBAL)⁸⁶. Na oficina, elas apresentaram os produtos Kalunga e algumas receitas. A oficina

⁸¹ A divulgação do curso “Cozinha Raiz Kalunga” foi realizada na conta do Instagram @buritzen, em postagem do dia 17 de maio de 2019 e os resultados do curso divulgados no @anaboquadi, em post de 28 de maio de 2018 e vídeo em 28 de junho de 2018.

⁸² O Vegfest Brasil 2019 foi um evento organizado pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), com o objetivo de promover o vegetarianismo enquanto opção alimentar ética, saudável, sustentável e socialmente justa. O público estimado do evento foi de 5.000 pessoas e a programação contou com a participação de mais de 80 chefs e palestrantes e uma feira vegana com a participação de 90 expositores e grande variedade de produtos. Disponível em: <http://super.vegfest.com.br/vegfest-2019/>; Informações sobre os resultados do Vegfest Brasil 2019 podem ser acessadas em: <https://www.svb.org.br/2559-oitava-edicao-do-vegfest-reune-5-mil-pessoas-em-brasilia>.

⁸³ Informações sobre o I Congresso Centro-oeste de Nutrição Funcional pode ser encontrada em: <https://www.vponline.com.br/site/congressos/congresso-centro-oeste/>.

⁸⁴ VP Centro de Nutrição Funcional é uma instituição de ensino, com sede em São Paulo, especializado em nutrição funcional. Maiores informações estão disponíveis em: <https://www.vponline.com.br/site/>.

⁸⁵ A participação de Dirani e Fiota no Congresso foi divulgada em postagens no Instagram de @simone_vp_brasilia_goiania, em 21 de junho de 2019. As postagens mostram a apresentação cultural realizada por Dirani e Fiota na abertura do 2º dia do Congresso e a participação das mesmas na oficina sobre diversidade alimentar.

⁸⁶ URBAL é um projeto internacional que usa pesquisa participativa em oito cidades para desenvolver e testar uma metodologia holística para mapear os caminhos de impacto que vão das inovações urbanas a todas as dimensões da sustentabilidade dos sistemas alimentares. Brasília é uma das cidades que faz parte do projeto. O projeto no

também contou com a participação do povo indígena Kisêdjê do Xingu. Na programação do Congresso foi realizada a Feira da Sociobiodiversidade⁸⁷, proporcionando que Dirani e Fiota comercializassem seus produtos para o público presente.

Outro evento relacionado à nutrição foi a participação do filho mais novo de Fiota, Adenilson, quando o mesmo tinha 11 anos de idade, no projeto Daily Bread, do fotógrafo Gregg Segal, @greggsegal. O projeto retratou a alimentação de crianças pelo mundo, com o objetivo de demonstrar como a cultura de cada país reflete na alimentação das mesmas. O projeto, de repercussão internacional, foi matéria do jornal Folha de São Paulo em 23 de setembro de 2018, e divulgado em diversos sites de notícias. As imagens apresentavam as crianças deitadas ao redor dos alimentos que gostam de comer. Na fotografia de Adenilson, ele aparece junto a alimentos como arroz, feijão, pão, entre outros, e frutos do Cerrado como jatobá, pequi, baru, gergelim, buriti, coco indaiá. A participação de Adenilson foi articulada pelo restaurante Buritzen⁸⁸, que deu apoio para a sua viagem à Brasília, onde as imagens foram captadas pelo fotógrafo Gregg Segal.

3.11 TERRITÓRIO VIRTUAL DA COMERCIALIZAÇÃO

A comercialização direta por encomendas foi potencializada quando chegou o sinal de internet na maioria das casas das mulheres, a partir de agosto de 2021, proporcionando a comunicação com os consumidores via WhatsApp: *tem meus amigos, que gosta né, que procura, liga prá mim, tem alguma coisa, tem, aí quando você vem, você manda prá mim, aí eu falo tá bão.* O número do WhatsApp é passado principalmente no momento das vendas, *quando eles fazem a compra já é pedindo o sap, o sap está ajudando muito; os clientes pedem o sap e começa a mandar mensagem, eu sou assim, os meus clientes todos tem meu sap.* O compartilhamento de informações via WhatsApp também é um meio de divulgação dos produtos, como relata Vanderli: *a maioria dos meus clientes já conhece bem o meu produto, já vai passando o meu contato para outras pessoas, adiciona os meus produtos em alguns grupos, e por aí vai, umas colegas passa foto para outras.*

Brasil tem como ponto focal o pesquisador Stephane Guéneau do Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD) e parceria com a Faculdade de Planaltina da UnB e com o Slow Food Brasil. Disponível em: <https://www.urbalfood.org/the-project/>.

⁸⁷ O cartaz de divulgação da Feira da Sociobiodiversidade, mostrando uma foto de Dirani e Fiota, pode ser encontrada em postagem do Instagram @rede.csa.brasilia, de 27 de maio de 2019.

⁸⁸ O ensaio fotográfico foi divulgado no Instagram da chef do restaurante Buritzen, @anaboquadi, em postagem de 11 set. 2018.

As mulheres também começam a ter perfis em redes sociais como o Facebook e o Instagram. A conta de Dirani no Instagram, *@diranifrancisco*, foi aberta em setembro de 2021, com o propósito de divulgar seus produtos, e conta com 98 seguidores. As mulheres são incentivadas a criarem perfis no Instagram pelos consumidores, como conta Vanderli, *pelas minhas clientes eu já tinha instalado ele, elas sempre falam, teve uma cliente, ela estava disposta me ajudar*. Porém, as mulheres não possuem intimidade com as redes sociais, e citam a barreira que a maioria delas não são alfabetizadas, *mas a pessoa que é um pouco analfabeto tem que ter uma pessoa na frente para administrar, se tivesse alguém na frente administrando para ela, alguma filha, vai dar tudo certo, mas ele é um pouco complicado*.

Nesse processo de aproximação com as redes sociais, há um movimento de divulgação dos produtos das mulheres por amigos, pessoas próximas, parceiros, coletivos, organizações, entre outros. A Rede Kalunga Comunicações, *@kalungacomunicacoes*, com quase 20 mil seguidores, em 06 de setembro de 2022, postou uma matéria sobre o modo de vida de Dirani, descrevendo o seu saber fazer produtos tradicionais e falando sobre a criação da marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*⁸⁹. A guia ecoturística e cientista ambiental Taís Taurísano, *@taistt*, com mais de 5.000 seguidores, postou em 7 de agosto de 2020, um depoimento falando do uso do sabonete de tingui produzido por Fiota. A Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, *@casadeculturacavaleirodejorge*, com mais de 8 mil seguidores, postou um vídeo de Fiota falando sobre o quanto o fogo é prejudicial à coleta do cajuzinho do Cerrado, em 28 de setembro de 2021, e obteve 1.154 visualizações. A estudante Lucilene do Instituto Federal de Goiás (IFG), *@lucilenekalunga*, especialista em história da cultura das africanidades brasileira, com mais 4 mil seguidores, postou em 8 de novembro de 2021, uma visita à casa de Dirani, falando do coco indaiá e dos produtos *Mãe de Óleos Kalunga*. O projeto “Mulheres Mestras”, coordenado por Thâmile Vidiz, *@thamile_vidiz*, com mais de 2.600 seguidores, realizou, em 28 de agosto de 2021, uma *live* com Fiota sobre o seu modo de vida quilombola e os produtos que ela comercializa. A divulgação dos produtos das mulheres em perfis no Instagram pode alcançar resultados significativos, como relata Vanderli:

⁸⁹ A Rede Kalunga Comunicações, *@kalungacomunicacoes*, possui 18,2 mil seguidores, e em 24 de dezembro de 2021, fez uma postagem intitulada “Territórios para a Vida: hoje conheceremos a história de Dirani Francisco, sua profunda sabedoria e respeito com o quilombo”. A postagem contou com fotos, texto e vídeos curtos. Nos vídeos Dirani aparece tocando violão, pandeiro e caixa, e falando sobre a dança da sussa.

[...] eu tenho um amigo, ele coloca na rede social dele, e às vezes aparece, quando vejo aqui no meu WhatsApp, alguém já me chamando, me perguntando, se eu sou daqui do Kalunga mesmo, e qual os tipos de produto que eu tenho, marca, encontra em Alto Paraíso, já atendi muita gente que vem de São Paulo, Rio de Janeiro, já me procurando, outra hora já me manda uma foto do produto meu, não sei onde conseguiu, mas acho que é através destas postagens que meus colegas fazem. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 13 jan. 2022).

Há também iniciativas pontuais para a comercialização dos produtos Kalunga via internet, como o projeto Brasil na Caixa⁹⁰, @brasilnacaixa, um clube de assinaturas de produtos da biodiversidade brasileira. O projeto foi idealizado por Luiz Camargo, @luizeduardocamargo, que foi assessor técnico do projeto Baunilha do Cerrado, no período de 2017 a 2018, quando conviveu com Dirani e Fiota. O projeto adquiriu de Dirani óleo de coco indaiá e óleo de pequi, para compor o Brasil na Caixa do mês de setembro de 2020⁹¹. Além dessa iniciativa, é possível identificar diversos empreendimentos que comercializam os produtos *Mãe de Óleos Kalunga*. Em pesquisa realizada no Instagram, utilizando as *hashtags* #produtosKalunga, #maedeoleoskalunga, #vaodealmas, #cocoindaia e #oleodecocoindaia, foi identificado pessoas, lojas e cooperativas, que comercializam os produtos como por exemplo: @coopeaggo; @naturaldoparaíso; @cerradoorganico; @anaterra.produtos.

A divulgação do trabalho das mulheres também é feita por meio de vídeos que circulam na internet, principalmente na plataforma *Youtube*. Os vídeos vão desde aqueles caseiros, produzidos por pessoas que visitam a comunidade Vão de Almas ou fazem entrevistas com as mulheres em feiras e eventos, até produções realizadas pela Rede Globo e Canal Futura, que deslocaram profissionais para a comunidade. Fiota é a principal ‘personagem’ desses vídeos, sendo que de 20 vídeos identificados⁹², ela é protagonista em 16 vídeos. Dentre esses, pode-se destacar o vídeo “Do fruto para o banho, sabonete Kalunga”, episódio do programa de tv “Bela Raízes”, apresentado por Bela Gil, que ressalta o trabalho de mulheres detentoras de conhecimentos tradicionais. A sinopse do vídeo descreve: “Bela Gil está em Vão de Almas, território Kalunga que fica na Chapada dos Veadeiros, Goiás. Ela conhece Fiota e aprende uma

⁹⁰ O projeto Brasil na Caixa é um projeto que oferece produtos da sociobiodiversidade ao público em geral por meio de um clube de assinatura. O associado recebe mensalmente uma caixa de produtos diversos produzidos por agricultores familiares, cooperativas, artesãos e empreendedores e. A sua conta no Instagram possui 13,3 mil seguidores.

⁹¹ As imagens dos produtos Mãe de Óleos, óleo de indaiá e óleo de pequi, compondo a caixa do mês de setembro de 2020, estão em vídeo nos destaques de @brasilnacaixa; o post de 18 de agosto de 2020 apresenta Dirani segurando uma caixa do projeto. O post de 11 de setembro de 2020 apresenta um vídeo com Dirani falando da importância da conservação do Cerrado.

⁹² Os vinte vídeos identificados estão relacionados no APÊNDICE B: ‘Vídeos com o protagonismo da mulher Kalunga’.

forma artesanal de preparar o sabão de tingui”. O vídeo foi exibido pela Tv Futura, que sempre o reprisa, e está disponível nas plataformas digitais de streaming “Globoplay” e “Prime Vídeo”.

Fiota ao ser perguntada se gostou do resultado do vídeo produzido por Bela Gil, responde que agradece Bela Gil por ter divulgado o seu sabonete, por ter levado o seu trabalho para tão longe e que sabe que de alguma forma sempre há um retorno, *depois que a Bela Gil veio aqui sobre a fórmula do sabão, foi bão para mim demais, demais da conta, ela veio aqui, fez toda a utilização do processo, e foi bão demais, e qualquer hora eu sei que eles todos me ajuda*, porém demonstra preocupação quanto ao modo de se expressar no vídeo.

Eu já vi aqui, como estava publicando para você, mas nunca vi na televisão, grande, comprido, não, nunca vi não, já vi mesmo assim no telefone, no telefone aqui. Eu gostei, porque provavelmente, minha conversa, é assim meio estrombota, minha linguagem, né, mas eu prá mim, minha linguagem é essa, né, conversar com as minhas amigas, é assim, quando eu converso com as pessoas, visivelmente sem ser assim no telefone, aí fala prá mim, não Dona Fiota, a conversa da senhora é especial, e do jeito que a senhora falar nós agradece, aí também eu não sei falar de outro jeito, eu falo na forma que dá. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 17 jan. 2022).

Ao ser novamente questionada sobre como ela percebe o quanto a sua participação em diversos vídeos, sendo um deles de circulação ampla na tv, contribuiu para a comercialização de seus produtos, Fiota responde que adquiriu muitos amigos, e que hoje tem amigas e amigos no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Minas Gerais, entre outros lugares. Além da relação mantida com as *amigas e amigos* para a comercialização dos produtos, as pessoas também manifestam interesse em visitar a comunidade Vão de Almas e se hospedarem em sua casa, *aí tem uns que está programando, dizendo que quer vir aqui, para mim conhecer visivelmente, de lá de São Paulo, do Rio de Janeiro, tudo, mas por causa dessa pandemia, que eles nunca veio*.

Fiota conta que a relação que mantém com algumas *amigas e amigos* vai além da comercialização, pois eles se preocupam com ela e a sua família, *tem umas pessoas lá do Rio de Janeiro, de São Paulo, por causa dessa água, dessa chuva, eles ficou muito incomodado comigo, aí procurou como que eu estou, aí eu falei que nós estamos bem*. O contato é realizado via áudio de WhatsApp, que Fiota responde nos intervalos do seu trabalho.

[...] aqui relando uma mandioca, aí a coluna doí e aí fui sentei, fui mandar o áudio para as minhas amigas todas, aqui tem mais de dez áudios, aí agora que vou responder, a internet aqui estava fraca para carregar, agora que eu liguei ela, agora a internet está bem, está fortinha. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 25 nov. 2022).

4 CORPO POLÍTICO DO ÓLEO DE COCO INDAIÁ

Figura 19 – Ensablagem Corpo-Território Mulher Kalunga com o presente



Fonte: elaborado pela autora

Dando continuidade à proposta metodológica de se pensar por imagens, retoma-se a imagem primeira geradora da composição Corpo-Território Mulher Kalunga (Figura 6), porém acrescida de uma fração de tempo (Figura 19). No início, quando a pesquisa encontra com a mulher Kalunga e o seu território, foi essa imagem que provocou o questionamento sobre qual era a luz do presente do gesto daquele corpo sem rosto que quebrava o coco indaiá, da memória que convocava e do futuro que carregava (DIDI-HUBERMAN, 2011). O trabalho de pesquisa descobre o rosto da mulher Kalunga, compondo uma imagem de seu corpo ensablado com o presente. Para Didi-Huberman (2017), a imagem não é uma representação ou documento, mas um ato político, ancorado num verdadeiro trabalho do olhar, uma necessidade política. A pesquisa ao atualizar a imagem da mulher Kalunga pela continuidade do seu movimento, por uma fração de segundo a mais, defende que a quebra do coco indaiá é um gesto político, ou melhor, que a visibilização desse gesto é um ato político, pois a prática de quebrar o coco indaiá, além de um modo de vida, se constitui em uma situação política na qual a mulher Kalunga está inserida (LIPPARD, 1973).

A pesquisa traz a dimensão do político no corpo da mulher Kalunga, naquilo que lhe afeta, na sua realidade, pois o simples ato de lavar uma panela muda de sentido quando a mulher precisa carregá-la até o rio, assim como, o significado de seu caminhar pelo território muda quando se caminha com um saco de coco na cabeça. A identificação dos afetos a esse corpo se dá tanto pela necessidade de repolitização da vida cotidiana de uma mulher que provê a

existência de sua família, considerados aparentemente pequenos (CUSICANQUI, 2019), quanto a invisibilidade do trabalho da mulher que gera os produtos da sociobiodiversidade à comercialização, o trabalho que gera renda. O debate do desenvolvimento territorial não inclui o corpo. Segundo Uno (2017), olhar para um corpo é um ato de se colocar perguntas: como este corpo está no mundo? Para o autor, o corpo explicita o que é político na vida, sendo inevitável entender o corpo como política.

A pesquisa se propõe a conhecer a politicidade do Corpo-Território Mulher Kalunga por imagens, na perspectiva de ficar diante de pensamentos que revelem o agenciamento de diferentes forças que a imagem do corpo pode provocar por meio da estética da vida cotidiana. Para Mouffe (2013, p. 190), “existe uma dimensão estética na política e uma dimensão política na estética”. Para fixar esse gesto político em imagem, que diz sobre a mulher Kalunga e sobre o nascimento de um produto da sociobiodiversidade – o óleo de coco indaiá, a pesquisadora experimenta lentes do feminismo e olha para a mulher Kalunga como protagonista nos processos de desenvolvimento territorial.

A pesquisa traz como referência primeira de feminismo a sua aproximação com as mulheres quebradeiras de coco babaçu e com a visibilidade da agência que as mesmas exercem, quando de suas conquistas institucionais¹. Esta referência se amplia quando a pesquisadora compreende que os feminismos são múltiplos e que o problema do apagamento do feminismo em uma mulher está no olhar de quem não vê. A tese não tem o objetivo de aprofundar o tema dos feminismos e sua relação com as mulheres Kalunga, mas é importante pontuar que foi as ideias do feminismo decolonial² que provocaram a compreensão do corpo-político da mulher Kalunga, que possui uma prática corporificada (RIVERA CUSICANQUI, 2018), e que vive em um território pluridiverso, com suas respectivas cosmologias, ontologias e saberes outros (COSTA, 2014).

Nesta perspectiva, a pesquisa se aproxima do corpo-político da mulher e do óleo de coco, compreendendo corpo pelas ideias do filósofo Spinoza trazidas por Deleuze (2002). Spinoza não define corpo por sua forma ou função, nem como substância ou sujeito, e sim como uma entidade relacional, formada por movimento e mobilidade. Por meio de suas forças interativas, o corpo tem o poder de afetar e ser afetado, podendo ser definido pelos afetos que

¹ Como descrito anteriormente, na introdução desta tese, as mulheres quebradeiras de coco babaçu são organizadas em um movimento social (MIQCB), lutam por direitos territoriais (Lei do Babaçu Livre), gestam uma cooperativa (COPPALJ) e acessam políticas públicas relacionadas à comercialização do óleo de babaçu (PGPM-Bio).

² A pesquisa tem como referências do feminismo decolonial as autoras: Rivera Cusicanqui (2018, 2019), Costa (2014); Paredes (2014); Cabnal (2010); e Celentani (2014).

é capaz de gerar, gerir, receber e trocar. Spinoza também defende que o corpo nunca estará completamente formado, sendo permanentemente informado pelo mundo, ou, parte de mundo que é, não está apenas incessantemente se transformando, mas sendo *gerado*. É com essa noção relacional do corpo, de afetar e ser afetado, que a pesquisa enxerga potência política no corpo da mulher Kalunga e no corpo do óleo de coco indaiá.

Em complementariedade, a pesquisa busca a imagem desse corpo na estética política proposta por Rancière (2005), que considera a arte como uma partilha democrática do sensível, uma recomposição da paisagem do visível, da relação entre o fazer, o ser, o ver e o dizer. A busca por esta estética provoca a pesquisadora a seguir a luz que ilumina o que há de político no corpo da mulher Kalunga, que ilumina o “não visível” que condiciona a sua vida (FABIÃO, 2009). Para isso, houve um trabalho empírico de compreensão de luz e sombra, principalmente, sobre as práticas da mulher Kalunga, da luz que a coloca diante do movimento, do exercício da presença de seu corpo, e da sombra que dá volume e profundidade a esse mesmo corpo. A sombra foi compreendida como uma materialidade que participa da vida da mulher Kalunga, do exercício de percepção de suas ausências, de silêncios, ou até mesmo, para enxergar a sua imobilidade.

Para expressar esse Corpo-Território Mulher Kalunga, a estética política cobra da pesquisa não apenas a noção relacional do corpo de afetar e ser afetado, e sim, como este corpo afeta e como é afetado, o que diz de sua corporeidade. Para Uno (2017), a compreensão do corpo como político, como lugar de relações e ações, remete à expressão de sua corporeidade, ou seja, como este corpo se relaciona e como age (UNO, 2017). O autor também defende que é a corporeidade que responde à questão colocada inicialmente, de como esse corpo está no mundo, pois a vida que se vive está presente no corpo, mas a boca não consegue falar pelo corpo. Assim, a corporeidade se dá na vivência com o outro e com todas as materialidades externas que afetam e informam o corpo.

4.1 CORPOREIDADE DA MÃE DA SOCIOBIODIVERSIDADE

A corporeidade da mulher Kalunga, aquela que se mostra em imagem enquanto quebra o coco de indaiá (Figura 19), entre outras possíveis compreensões, se fundamenta nos afetos de ser mãe, aquela que gera corpos, seja o de suas filhas e de seus filhos, o seu próprio corpo e o de outros, como os produtos da sociobiodiversidade, que são comercializados com a marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*.

A corporeidade primeira dessa mulher mãe está na hora do parto, tanto da mulher que está parindo, aquela que *Deus protege se tem um filho*, como da mulher que faz a mulher parir – a parteira, aquela que *pega menino*. Essa autonomia política de seu corpo se sustentou por toda uma existência, *naquele tempo que tinha muitas parteiras*, em um território de longas distâncias a se percorrer a pé e rios a atravessar. A força de parir estava não só no corpo da mulher, mas na força da materialidade do benzimento, do conhecimento situado das parteiras e dos remédios caseiros, e no apoio de outras mulheres da família ou vizinhas, *eu dou coragem prá ela, tem que ter atento*.

[...] eu tinha minha avó, minha avó era parteira legítima, quando ganhava menino, quando tava grávida, aí ia atrás dela, ela chamava Maria, vai lá atrás de Dona Maria para pegar aquele menino, mas ela fazia o benzimento, ela fazia aquele benzimento prá mode a mulher lançar a criança, mesmo assim, se ela não chegasse lá naquela hora, ela ia fazendo o benzimento, quando chegava lá, já ganhou menino, não precisa, ela tá no parto de sala, [...] ela fazia o benzimento, assim ela falou prá mim, que ela pegou quatro filho meu. (Entrevista com Fiota no vídeo “Fiota Kalunga raizeira”³).

Por outro lado, a partir do momento que a mulher começa a parir em hospitais, a sua corporeidade se transforma diante dos métodos obstétricos adotados pela medicina convencional e à baixa qualidade do serviço público de saúde prestado, *eu não achei muito bom não, não arranja seguramento, deixa a gente lá, né, o hospital não tem muito sagradamente do cuidado*. Esta nova corporeidade é extensiva, *as parteiras agora tá ficando pouco*. A nova corporeidade experimentada pela mulher, lhe impõe a perda de autonomia do corpo, uma (des)politização de um corpo que sabe parir e sabe fazer a mulher *lançar menino*.

Ao criar as suas filhas e filhos, essa corporeidade se fundamenta, entre outras relações, no aprendizado, no conhecimento e nas práticas que constituem o trabalho do seu dia a dia e que provê a existência de sua família, *minha mãe levava eu pró mato panhá coco, vamo embora Fiota, e nós ia rasgar capoeira*. Este trabalho vivenciado desde criança pela mulher se tornou a sustentação para que as mesmas hoje possam gerar os seus produtos, *já vem a relação desse trabalho foi a minha mãe que me ensinou*.

A comercialização dos produtos também é uma prática aprendida com as mães. Dirani lembra que começou a comercializar o óleo de coco junto com a mãe aos 10 anos de idade e Vanderli relata que a comercialização de óleo de coco sempre esteve presente na vida de sua mãe, *a minha mãe vendia, a gente ajudava ela trabalhar de roça, plantar mandioca para fazer farinha para vender, aqueles óleos que ela fazia, trazia para Cavalcante, vendia*. Além de

³ Vídeo “Fiota Kalunga raizeira: Vão de Almas”, 28 jul. 2020 (TRÊS LUAS, 2020c).

ensinar a fazer e comercializar os produtos, as mulheres também aprenderam com suas mães e avós a proteção espiritual do trabalho, *que Deus me deu, minha proteção, que mamãe me ensinou, do trabalho.*

As mulheres explicam que o que aprenderam com suas mães e avós agora ensinam para suas filhas e filhos, porém, deixam claro que também aprendem com eles, *eu tô ensinando meus filhos, tá junto comigo, eu aprendendo e eu ensinando eles, e eles está decorando como é um trabalho de nossa cultura, que já vem de nossa raiz, que minha mãe aprendeu com minha vó.* O aprendizado oferecido pelas mães também se estende aos filhos homens, como relata Fiota, *sou muito prestativa de meu trabalho, que foi Deus e a minha mãe que me ensinou, né, essa honra que eu tenho passei para a minha filha, meu filho, para as mulheres e prós homens.* A mulher Kalunga considera ainda que o corpo que sabe fazer, incluindo o que faz os produtos da sociobiodiversidade, não possui gênero, pois a corporeidade está na sabedoria, uma *precisão* tanto para mulheres, quanto para os homens.

Tó ensinando prá eles tudo, porque daqui uns tempo não vai falar, ninguém não ensinou nada do que minha mãe fazia, então a criação nossa foi essa, que a minha mãe partiu na verdade, mas a sabedoria que ela me ensinou, de tirar o óleo de coco, tirar óleo de mamona, óleo de tingui, fazeção de roupa, de tudo que ela me ensinou, tô tentando passar prá meus menino, entre homem e mulher, que a sabedoria não é só prá mulher, tudo que tiver interesse, tudo tem que aprender, (Entrevista com Dirani, vídeo “Modo de Ser e Viver Quilombola”⁴).

A corporeidade da mãe Kalunga também diz muito do exercício do amor, *eu tenho toda responsabilidade por minha mãe e minha mãe por mim, porque eu falava muita coisa prá mamãe sobre de carinho e amizade, porque hoje eu sou humilde prá minha mãe, graças a Deus, minha mãe é uma mãe boa prá mim.* Aqui apreende-se que o exercício do amor se relaciona com o ensinamento da mãe para filha para ser mãe.

A minha mãe foi uma mãe muito boa prá mim, que ela me ensinou muitas coisas, teve muito trabalho comigo, de pequena, até me pôs grande, eu achei muito legal do saber, que ela soube com a mãe dela, e passou muito saber prá mim, muita ideia que ela me deu, de eu ser mãe também, eu hoje ser mãe, e passar muito saber do que ela aprendeu, das coisas, de fazer muitos trabalhos, ser uma mãe muito educada com os filhos, ensinar os filhos, fazer as coisas boas, não ser errado, o ser humano não ser errado, aprender a fazer as coisas aqui de roça, e ser muito educada com as mães, como eu fui educada prá ela, [...] e o mesmo saber está com os meus filhos, foi muito legal de eu ser mãe, porque os meus filhos, ensinando as mesmas coisas da minha mãe, então a minha mãe foi muito beleza prá mim, então eu também estou sendo muito legal com meus filhos, fui muito feliz de eu ser mãe. (Entrevista com Dirani, mensagem de áudio de WhatsApp, 10 fev. 2022).

⁴ Vídeo “Modo de ser e viver quilombola: 5ª Oficina: modo de ser e viver quilombola (com Lucilene Kalunga), 03 dez. 2021 (KALUNGA, 2021).

Essa amorosidade se estende à cooperação entre mãe e filhas e filhos, *mas a gente tem aquela força, tem aquela contribuição, a mãe deu pró filho, e os filhos dá prá mãe, meu filho junto comigo, ele me dá toda força, e eu também dou prá eles, toda força que eu tenho, todas energias*. A cooperação de mãe também está entre uma mulher e outra, como quando uma mulher precisa sair da comunidade para comercializar seus produtos e deixar um filho pequeno aos cuidados de outra mãe, *uma mãe pela outra*, como já mencionado anteriormente.

Tem minha vizinha, três aqui vizinha, que tinha o maior cuidado com o meu filho, e eu tinha toda a honra com essa pessoa, toda a consideração, que essa pessoa, uma vizinha minha, artista, guerreira igual a eu, que sabe como é que é a dificuldade de uma mãe pela outra, e de um filho para cuidar, de um filho pelo outro, né, eu saía, deixava, meu filho, com a Dona Dirani, aí é assim, é um cuidado, uma honra que eu tinha de deixar meu filho, quando tava pequeno, eu saía e deixava mais ela, outra hora deixava mais Dona Telcina, outra hora deixava ali mais Dona Dita, que é a mais velha do lugar, e saía. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jan. 2022).

A corporeidade de mãe ainda se estende ao agradecimento, *e eu agradeço tanto mamãe, e esse trabalho, quando eu falo em minha mãe, que minha mãe que me ensinou, me dá aquela relação de um abre, milagre, de hoje eu tô nessa oportunidade, tá trazendo muitas coisas boa prá dentro de minha comunidade*. Esse agradecimento de mãe também é expresso por uma mulher à outra, como aconteceu quando Dirani, que por meio de seu trabalho comunitário, conseguiu que mais uma mulher, Maria Rodrigues, participasse da marca coletiva *Mãe de Óleos Kalunga*. Dirani conta a reação de Maria e suas filhas ao receberem uma doação de rótulos para os seus produtos: *elas falaram para mim assim, que eu sou uma mãe de coração aberto, você é uma mãe de coração aberto*.

A pesquisa conheceu os gestos da corporeidade de ser mãe da mulher Kalunga junto à sua prática de gerar os produtos da sociobiodiversidade, como algo indissociável. A mulher é ‘feliz’ por ser mãe, é a sua dimensão de autonomia, coragem, força, práticas, proteção, espiritualidade, ensinamento, aprendizagem, sabedoria (sem gênero), amor, cooperação e agradecimento, como descrito acima. O corpo da mulher Kalunga é afetado por uma *mãe boa* para se tornar uma *mãe boa*, e essa ‘qualidade’ também se expressa quando ela gera seus produtos, *eu não tem dia que não trabalho, porque eu fico muito feliz, fazendo as minhas coisas*. A ensablagem da mulher Kalunga com a biodiversidade, com o território, fez nascer a sociobiodiversidade em produtos: o Corpo-Território Mulher Kalunga é a mãe da sociobiodiversidade.

A mulher Kalunga se refere aos produtos da sociobiodiversidade como *minhas coisas*, e como mãe conhece “o quem das coisas” (ROSA, 1969, p. 101), com diz Fiota que as suas coisas têm *concorrência, liberdade e alegria*. Esse pertencimento faz com que a mulher também não *desaparte* de suas coisas, e quando as comercializa, mantém uma relação com quem ela *deixa as suas coisas*, os consumidores, a quem ela chama de *amigas e amigos*.

[...] tá crescendo meu trabalho, tá crescendo minha humildade, tá crescendo minhas energia, tá crescendo minhas alegrias, tá crescendo a satisfação, eu tó feliz, eu tó feliz de meu coração, só por minhas coisas que tá indo, graças a Deus, eu agradeço Deus, depois de Deus, minha mãe que me deu essa energia, essa mentalidade, me deu essa comportamento prá mim ter muita comportamento com meus amigos e minha amigas, graças a Deus, prá minhas coisas ter muita concorrência, muita liberdade, muita alegria. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 jul. 2022)

Para a pesquisa, ao se conhecer um pouco mais o quem do óleo de coco indaiá, considera-se que o mesmo assume duas corporeidades, a da constituição de um óleo corporificado e a da constituição de um óleo encorporado. O óleo corporificado como aquele que não sai do território, que está na alimentação do povo Kalunga, um corpo-óleo que vive nos corpos daqueles que habitam o território, e que se recicla no próprio território. Já o óleo encorporado é o corpo que busca novas alianças e sai do território, que é comercializado e se reterritorializa/recorporeifica na vida das mulheres na forma de geração de renda e na conquista de uma rede de *amigas e amigos*.

4.2 ÓLEO DE COCO CORPORIFICADO

A pesquisa ao sustentar a ideia de corpo como uma entidade relacional (DELEUZE, 2002) e trazer a imagem do Corpo-Território Mulher Kalunga ensamblado com o presente (Figura 19), conta a história de um alimento que já foi a base da alimentação de seu povo, *todo mundo foi criado no óleo de coco*. Fiota conta que quando engravidava, tirava o óleo com antecedência, *eu mesmo quando eu tive Guerreiro (1º filho), eu tirei, o que, 10 litro de óleo de coco, só prá comer ali no tempo do resguardo*. Na época das chuvas, quando o coco não secava para o preparo do óleo, as mulheres cozinhavam com o leite do coco, *nós tirava o leite nas águas para colocar na comida*. O óleo também era utilizado como remédio caseiro, para tratar gripe e pneumonia, e para fortalecer quem estivesse com anemia, além de ser hidratante da pele e dos cabelos. A agência exercida pelo óleo em um passado recente, de afetar corpos, de se incorporar a corpos pela alimentação, *ele é muito bom prós nervo, prá dar força, prá gente ficar*

forte, ser resistente, faz com que o óleo seja considerado pela pesquisa um corpo político que sempre existiu junto à existência do povo Kalunga.

Porém o óleo de coco se (re)gerou ao ser afetado com a chegada do óleo de soja, *comia só o óleo de coco, todo mundo era sadio, era para o consumo, agora que vende e come o óleo da cidade*, e neste movimento de atualização do óleo de coco, a composição Corpo-Território Mulher Kalunga se ensambla com o presente. Segundo as mulheres, o óleo de soja começa a ser consumido com mais frequência por volta dos anos 2.000, *ninguém conhecia óleo de soja, eu mesmo vim conhecer óleo de soja foi depois que eu tive o Carlos, óleo de soja, mas no mais esses outros menino meu, só comia óleo de coco*. Ao questionar as mulheres sobre a frequência atual que utilizam o óleo de coco, há quem diga que usa pouco e principalmente quando *tiro o óleo prá vender e não vende, para não estragar eu uso*; Dirani responde que não utiliza mais o óleo de coco diariamente para cozinhar porque, *quando vai comendo muito, tem um dia que você enjoa daquele tipo da comida*, mas afirma que ainda gosta de usar o óleo para fazer bolo, fazer um peixe e temperar feijão, principalmente feijão de corda. Já Fiota considera que o óleo de coco é um alimento necessário para intercalar, *baldear*, com os alimentos que contêm agrotóxicos, com o propósito de manter a saúde de sua família.

O óleo de coco, nós não pode largar de comer ele, nós come muito ele, igual nós, nós não tira só para vender, tira prá comer também, tira 5, 10 litro de óleo prá nós comer, porque não pode, nós vender coisas naturais, o produto saudável para mode vender prá pessoas e nós comprar o veneno, não pode, nós compartilha a comida que tem agrotóxico, nós tamo comendo, mas tamo baldiando óleo de coco misturado no corpo com o agrotóxico, que nós não pode largar de comer as coisas naturais, prá comer só coisa que tem agrotóxico, eu mesmo não deixo, eu como óleo de coco na farinha, como no feijão, numa abroba, num arroz, numa salada, todos nós do Kalunga, nós usa prá vender, e usa prá comer, porque antigamente não tinha esse excesso de vender não, era só lá pró consumo. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jun. 2022)

O óleo de coco é afetado pelo presente, pela materialidade do produto industrializado que habita a cozinha da mulher Kalunga, pelo novo paladar trazido pelo óleo de soja. A autonomia que o corpo político do óleo de coco já deu à existência do povo Kalunga agora é (re)significada, pois a mulher vende um litro de óleo de coco em média por R\$ 100,00 (cem reais) e com este recurso ela pode comprar aproximadamente 10 litros de óleo de soja. Porém, a corporeidade do óleo de coco continua presente, ele ainda é consumido, em menor frequência, mais ainda é consumido. Esta corporeidade está presente seja no preparo de determinados pratos afetivos, como um bolo, seja porque a mulher o considera *saudável*, minimizando os afetos dos *agrotóxicos* em seu corpo. A agência do óleo de coco também se (re)gera, principalmente pela materialidade daquilo que o informa, pois há um apelo externo, do consumidor, por aquilo que

é *saudável, da roça, natural*, cobrindo o óleo de coco com a bandeira da saúde. Nesta ensambagem com o presente, o óleo de coco corporificado na alimentação do povo Kalunga se situa em um entrelugar⁵, está entre a afetividade, o *enjoo* de algo que já significou tempos difíceis e entre o apelo externo do natural e do saudável.

4.3 ÓLEO DE COCO ENCORPORADO

A comercialização do óleo de coco lhe provoca corporeidades outras, o qual muda seu modo de agir, reorienta seus movimentos, deixando-se afetar por materialidades externas contingentes ao mercado de proximidade aberto pela mulher Kalunga. Para encontrar essas corporeidades outras, as ideias de Appadurai (2008, p.17) reforçam a necessidade de se compreender o corpo do óleo em movimento, “(...) temos que seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias”. A pesquisa seguiu a vida sociomaterial do óleo de coco comercializado para compreender suas corporeidades inusitadas e o que de político lhe foi sendo incorporado.

4.3.1 Interface entre o corpo do óleo de coco e o consumidor

A partir do momento que as mulheres experimentam o mercado, e começam a conviver com novas *amigas e amigos*, as *suas coisas* vão sendo moldadas para o surgimento dos produtos da sociobiodiversidade. Este fato pode ser exemplificado com os óleos de tingui, pequi e gergelim, que não eram produzidos pelas avós e mães das mulheres, e foram gerados por demanda de consumidores, a cerca de 15 anos atrás: *o óleo de tingui, nós não tinha costume de tirar ele não, uma época nós tirou, nós foi aprendendo, mas o sabão de tingui antigamente era fazido, pró consumo aqui, que era muito bom prá pele; o óleo de pequi nós não tirava, só fazia, só ferventava o caroço e comia com farinha, mas o óleo nós foi tirando a regra desses 15 anos prá frente, que teve umas pessoas pediu o óleo, procurou se nós fazia, e aí fui tentar; aí desse tempo prá cá, nós foi tirando o óleo de gergelim, que nós fazia era paçoca, paçoca prá tirar*

⁵ O conceito de “entrelugar”, apresentado por Silviano Santiago, nos anos 1970, discute o lugar que ocupa o discurso literário brasileiro e das Américas em confronto com o discurso europeu colonizador. Segundo o autor “[...] pela história universal, somos explicados e destruídos, porque vivemos uma ficção desde que fizeram da história europeia a nossa estória. Pela Antropologia somos constituídos e não somos explicados, já que o que é superstição para a História, constitui a realidade concreta do nosso passado” (1982, p. 17-18). Para Hanciau (2005, p. 125), o conceito de “entrelugar” torna-se fecundo para reconfigurar os limites difusos entre centro e periferia, cópia e simulacro, literatura e uma multiplicidade de vertentes culturais que circulam na contemporaneidade e ultrapassam fronteiras, fazendo do mundo uma formação de entrelugares.

jejum de primeiro, que minha mãe prá ir prá roça fazia muita paçoca de gergelim, depois que nós utilizou, que fez o óleo prá vender. Outro exemplo de produto gerado mais recentemente, por volta de 5 anos atrás, foi a farinha de baru, como conta Fiota:

[...] e a farinha do baru foi também a pouco tempo prá cá, que nós fez propaganda, primeiro eu vendi no Alto, aí eles gostaram, farinha do baru, aí o baru nós comia a semente, e o baru nós comia a carne, quando ia coletar o baru, aí nós roía a carne dele, roía o baru, que é gostoso, nós foi tentando, modelando, vendendo de tiquinho, aqui dentro da comunidade quem gerou prá vender essa farinha de baru primeiramente foi eu aqui, não é porque eu tó gavando as outras e desmoralizando as outras e comparecendo meu trabalho, mas primeiro aqui foi eu que vendi lá no Alto Paraíso, daqui do Vão de Almas, foi eu. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 01 jul. 2022).

Mais recentemente, por volta de 3 anos atrás, surgem as polpas de frutas congeladas, como cajuzinho do Cerrado, cagaita e mangaba. Estas frutas sempre foram consumidas in natura e com a chegada da eletricidade e da refrigeração se tornam produtos. E ainda, mais recentemente, a um mês atrás (junho de 2022), Vanderli lançou uma linha de onze diferentes *sabonetes veganos*, sendo os mesmos de pequi; beterraba; urucum; coco; café; argila branca; argila rosa; óleos naturais; açafraão; barbatimão; e aroeira.

Voltando ao óleo de coco, a sua (re)geração como produto da sociobiodiversidade conduzida por uma demanda externa de consumidores e por tudo aquilo que informa a mulher, *passou esse resgatamento para fora e o povo gostou*, a pesquisa tem como foco compreender as corporeidades do óleo de coco. Para Ingold (2011), os materiais estão em constante fluxo e transformação, e no caso do óleo de coco, o mesmo não tem superfície, não tem contornos e traz a não-estabilidade de formas. Por conta dessa fluidez, o óleo ao ser tocado reage, interage, ele penetra na pele de quem o toca. Para a individualização do óleo é preciso contê-lo em uma embalagem. Aqui, a embalagem o ‘paralisa’ para que possa ser tocado sem haver uma incorporação.

A corporeidade do óleo de coco proporcionada pela embalagem nasce com o seu fracionamento, como já descrito anteriormente, quando a mulher deixa de envasá-lo no litro e começa a vendê-lo em garrafinhas de 50 ml, agregando-lhe maior valor de troca. Gibson (2015) considera que o ambiente é composto por três componentes distintos: meio, substâncias e superfícies, sendo que o meio oferece movimento e percepção, e na interface entre o meio e as substâncias ficam as superfícies, onde estão as ações. A embalagem se torna a superfície do corpo do óleo, para que ele, enquanto matéria em fluxo, possa sair da comunidade, se tornar um produto da sociobiodiversidade e seguir sua “itinerância” para encontrar o consumidor (INGOLD, 2012, p. 38).

Compondo esta interface, a superfície entre o corpo do óleo e o consumidor, a mulher veste a embalagem com um rótulo, criando uma marca coletiva que também fala sobre o corpo, ou melhor, sobre a mãe do corpo – *Mãe de Óleos Kalunga*. Esta composição óleo-embalagem-rótulo diz sobre o valor da beleza e organização que as mulheres colocam em suas coisas, *mas elas acha muito maravilhoso, muita gente já conhece o meu produto que é de qualidade mesmo, já chega procurando*. Esta superfície é um meio de afetar o consumidor, e participa da decisão do mesmo em adquirir ou não o produto. A pesquisa aciona novamente a noção de interface nas ideias da Perspectiva Orientada ao Ator, para compreender como uma simples embalagem se torna mediadora na relação de comercialização como uma prática de mudança social (LONG, 2001; ARCE, 2003). A interface com o corpo do óleo se torna político, quando embalagens e rótulos não estão disponíveis a todas as mulheres, devido ao seu elevado custo de aquisição, e principalmente, por ser uma prática organizada e ordenada na performance de comercialização só de determinadas mulheres (ARCE; LONG, 2005), o que fica evidente no depoimento de Vanderli sobre a apresentação dos seus produtos ao consumidor.

Tem coisa que sai puxado demais, muito puxado, a gente quer trabalhar, deixar as coisas tudo bonitinho, complicado, igual aquelas garrafinhas ali de vidro, oh, mas tá cara, e meu foco é eu ter minhas coisinhas tudo bonitinho, nossa, eu acabo gastando demais, mas eu quero minhas coisas tudo organizadinho, acho que é por isso que quando a gente monta a banca, todo mundo, os turistas vem, oh, a sua banca está de parabéns, eu fico até assim sem graça, porque minhas amigas tá do lado, as colegas também tá trabalhando com o mesmo produto, você fica assim sem graça, mas você tem aquele foco, quem trabalha, quem quer ter as coisinhas dele organizado gasta demais, mas eu quero minhas coisas tudo organizado, viche, eu fico até sem graça quando eu tenho alguma coisa que eu não tenho rótulo prá ele, você deixa aquele produto mais atrasinho dos outros, escondendo. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jun. 2022).

Outra corporeidade do óleo de coco a ser compreendida é aquela que se expressa por seus usos, ou seja, como o mesmo afeta quem o adquire, ou ainda, sobre a escolha do consumidor como quer ser afetado. O óleo de coco pode assumir a corporeidade de um souvenir, que o turista adquire para levar de presente como lembrança da Chapada dos Veadeiros. Outras vezes, ele toma a corporeidade de um produto hidratante, ou remédio, ou alimento, como explica Fiota, *o óleo de coco, ele é muito bom prá pele, que ele é hidratante, eles compra mais é prá passar na pele, e eu publico prá eles que eu faço é consumir, comer, que é alimentar*.

A aproximação às corporeidades múltiplas do óleo de coco pode ser sustentada pelas ideias de Ingold (2011), que considera que as propriedades dos materiais não podem ser identificadas como fixas, essenciais atributos das coisas, mas são bastante processuais e relacionais. Neste caso, as coisas da mulher Kalunga não são nem objetivamente determinadas,

nem subjetivamente imaginadas, mas experimentadas com a prática. Ainda segundo o autor, a vida social se situa no mundo de materiais em desdobramentos, por meio da ligação entre o ser dos humanos e o ser dos não humanos. As propriedades dos materiais, em suma, não são atributos, mas histórias, e nesse sentido, cada propriedade é uma história condensada. Descrever as propriedades dos materiais é contar as histórias do que acontece com elas à medida que fluem, misturam e modificam (GIBSON, 2015), o que pode ser demonstrado com a história que Vanderli conta sobre o óleo de coco:

Esse óleo de coco indaiá, o pessoal gosta de usar na pele, usa também muito no cabelo, mas eu vendo ele mais prá eles comer, sabe porque, porque se você usa ele na pele, num sol muito quente, ele pode tá queimando um pouco, muita gente que mora naquelas cidades que são muito frias, usa ele muito na pele, mas quem mora numa cidade mais assim, que dá muito calor, sol muito quente, eu aconselho usar mais no cabelo e prá fazer comida, e também na função do cabelo, quem quer ele no cabelo, com o passar do tempo, eu vejo, que eu já usei muito, eu vejo, que ele começa a amarelar os fios, deixando bem mais claro, e mais fino, ele dá uma afinadinha no cabelo, aí eu vendo mais dizendo que é prá fazer comida, mas muita gente já vem me procurando: mas usa na pele? Sim, claro. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jun. 2022)

O potencial de novas corporeidades do óleo de coco pode ser compreendido por meio das ideias de Pye (1968), que defende que cada material possui propriedades inerentes que podem ser expressas ou suprimidas em uso. Esta ideia, segundo o autor, é corroborada por escultores e artesãos que afirmam que uma boa mão de obra deve ser "verdadeira para o material", respeitando suas propriedades (PYE, 1968, p. 45). A mulher Kalunga, como uma “artesã do óleo”, está atenta às novas experimentações, como o produto criado por Vanderli, o *óleo de urucum*, tendo como ingredientes principais o pó das sementes do urucum e o óleo de indaiá.

[...] eu fabrico o óleo de urucum, esse óleo está famoso, é um protetor muito bom, as outras mulheres acho que não fabricam ele não, inclusive veio um amigo meu para a minha casa e começou a dar umas aulas prá mim, e já tinha visto as pessoas fabricando esse óleo, eu aprendi, e eu vendo muito bem esse óleo de urucum, que é feito com urucum e óleo de coco indaiá, e o rótulo dele é lindo, é perfeito, todos são maravilhosos, mas aquele é lindo. (Entrevista com Vanderli, mensagem de áudio de WhatsApp, 12 nov. 2022)

As novas corporeidades do óleo de coco também se estendem a “artesãs e artesãos” externos à comunidade, como chefs de cozinha que vêm se aproximando da culinária Kalunga e de seus respectivos alimentos. Essa corporeidade do óleo como um ingrediente ‘diferenciado’ na gastronomia vem se fortalecendo como afetos externos que chegam às mulheres Kalunga. Fiota conta que apresentou o óleo de coco ao grupo de chefs de cozinha da “Expedição

Gastronômica Vão de Almas”, preparando todas as refeições para os mesmos utilizando o óleo de coco.

[...] que pela forma, pela pesquisa, que eles foi lá em casa, que eu temperei a comida prá eles, quando vai lá em casa, eu não tempero com esse óleo de soja, só com óleo de coco, fazer um peixe, fazer um frango, fazer um cuscuz, prá colocar no feijão, colocar numa abóbora, prá fritar um ovo, e aí eles, nossa, que óleo de coco bom, saboroso, ele falou, nossa senhora que delícia. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 27 jun. 2022).

Por outro lado, há também uma certa pressão externa de consumidores para que o óleo de coco indaiá seja prensado a frio, ou seja, que o seu processo de extração seja mecânico, com o uso, por exemplo, de uma prensa hidráulica, diferentemente do processo utilizado pelas mulheres Kalunga, que fazem a extração do óleo a quente, utilizando o calor do fogo. Esta demanda do mercado se baseia na informação que o óleo extraído a frio conserva melhor suas propriedades, ou seja, seus nutrientes e a cor, o aroma e o sabor característicos da castanha. Este é o caso das mulheres quebradeiras de coco babaçu associadas à COPPALJ, como já descrito anteriormente, que além de produzirem o óleo de coco babaçu extraído a frio, recentemente, ampliaram a planta da agroindústria da cooperativa para produzir o óleo de coco babaçu refinado.

A composição Corpo-Território Mulher Kalunga se coloca diante da demanda do mercado, e responde, que os seus produtos: *não existe mais; tudo da roça; tudo coisa natural do Cerrado; dessa nossa tradição de nós*. A pesquisa retoma as ideias de Pye (1968) para defender o corpo político do óleo de coco que nasce pelas mãos das mulheres Kalunga, quando o autor considera que não são as propriedades dos materiais que um artista ou artesão procura expressar, mas sim suas qualidades, *eu sinto de ser Kalunga, ser uma mulher guerreira, artista do lugar, carinhar tudo quanto é meu*. As propriedades dos materiais são objetivas e mensuráveis, e as qualidades, por outro lado, são subjetivas, estão nas cabeças das pessoas. É um conhecimento nascido da percepção sensorial e do envolvimento prático do corpo das mulheres Kalunga, não da mente com o mundo material (PYE, 1968).

4.3.2 Performance do corpo que comercializa óleo de coco indaiá

Figura 20 – Performance mulher Kalunga dançarina de sussa e suas coisas



Fonte: elaborado pela autora. Fiota dançando sussa, foto de Júlio Abreu, @jc.abreu; Fiota comercializando seus produtos, foto da autora.

A imagem do corpo da mulher Kalunga que comercializa suas coisas se compõe com a imagem do corpo que dança, de um corpo que é uma espiral, uma circulação, um entrelaçamento, a dobra do interior da mulher com seu exterior (UNO, 2017), um corpo que envolve o consumidor em gestos e afetos (Figura 20).

Para a pesquisa, a ideia de comercialização dos produtos da sociobiodiversidade como uma performance da mulher Kalunga se sustenta, primeiramente, da correlação entre o I Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros, em 2001, quando a mulher é convidada para dançar sussa, e ela, mulher *dançarina da sussa*, aproveita aquele espaço para performar a corporeidade de vender suas *coisas*. Esta ideia também está nas palavras de Fiota, que ao se referir à comercialização, expressa que gostaria de *cada dia trazer mais gente para mostrar como eu sou*, ou seja, as suas *coisas* são indissociáveis de sua pessoa. A noção de performance aqui compreendida vem da “Antropologia da Performance”, sendo que, entre outras perspectivas, “constitui um repertório de conhecimento encorporado⁶, uma

⁶ A expressão “conhecimento encorporado” ou “prática encorporada” foi cunhada por Richard Schechner como “embodiedpractice”, e traduzida para o português com a grafia de “encorporada” no sentido de diferenciar-se de

aprendizagem no e através do corpo, bem como um meio de criar, preservar e transmitir conhecimento” (DAWSEY *et al.*, p.14), ou ainda, que uma experiência se completa por meio de uma forma de expressão.

A pesquisa também faz essa aproximação inicial entre a comercialização e a dança da sussa, como expressões do corpo, pois, ao ser questionada sobre o que é preciso para comercializar, a mulher responde – alegria, o mesmo sentimento expresso por ela ao se referir à sussa: *alegria, saúde e mente feliz*. O corpo da dançarina de sussa apreendeu o afeto da alegria, possui essa corporeidade, e o usa para afetar o outro, seja o espectador que assiste à sua dança, seja o consumidor que compra o seu produto.

A performance da comercialização está no gestual da mulher que não é alfabetizada, *só assino o nome*, porém que se considera conhecedora do que faz, *porque se não fosse minha mãe, eu não tava aprendida*. O conhecimento necessário (preciso) no momento da comercialização se faz nos corpos, com corpos, como criação de corpos, como uma experiência performativa de criação de significação (FABIÃO, 2008, p. 240). A mulher envolve o consumidor em seu corpo gestual (UNO, 2017), como conta Fiota, que aciona um caderno e uma caneta mental e escreve em gestos as histórias de suas coisas.

O que que faz essa boa vontade minha, que eu saio de minha casa para eu vender no São Jorge, em vários lugares, é a alegria, é o sorriso, a disposição e a mentalidade, e aí eu chego nas pessoas, e as pessoas pergunta, Fiota, o que que a senhora tá vendendo, eu tó vendendo isto, tó vendendo isto, tó vendendo isto, é só me perguntar prá que serve aquela coisa, não precisa escrever, a minha cabeça mesmo já tem caneta, tem a caneta e tem o caderno, é a minha cabeça, aí eu escrevo tudinho prá eles, é isso, é aquilo, serve prá isso, serve prá aquilo. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 jun. 2022).

A coreografia da performance que conta a história do óleo de coco envolve os seus múltiplos corpos, e ele, como descrito anteriormente, se veste de embalagem e rótulo, *tem que estar tudo no capricho*, para participar dessa dança. É nesse momento da performance que a *Mãe de Óleos Kalunga* conduz o caminho de ‘seu filho’, pois é no performar junto ao consumidor que se decide a corporeidade do óleo, se será alimento, hidratante, remédio ou um souvenir.

A performance da mulher chega às pessoas, *eu mascateio daqui prá acolá*, e para isso, ela precisa sair da comunidade, como diz a música, “com a roupa encharcada e a alma repleta

“incorporada”, referindo-se à “experiência como base do conhecimento nativo que é compartilhada por meio da performance” (NOLETO, 2015, p. 6).

de chão, todo artista tem de ir aonde o povo está”⁷. Assim, a mulher Kalunga leva seu nome, o seu nome de artista, de performer, para além dos vãos de seu território, *aí eu ia, chegava lá, eu vendia, a pessoa me conhecia desse tempo, até o meu nome tá longe, graças a Deus*. A pesquisa, ao seguir a mulher pelas trilhas da comercialização identificou a multiplicidade de caminhos percorridos em ruas de cidades turísticas, feiras, oficinas, seminários, assim como, pelos caminhos virtuais, em *lives*, vídeos, Instagram, entre outros. E quanto mais ela se apresenta, mais dança, mais mascateia, mais o vento leva o seu nome.

[...] as pessoas que nunca conheceu, aí abraça a gente só pelo o nome que a pessoa dá, pelo movimento do tempo, igual tá aqui, às vezes você nunca viu eu, é a primeira vez, e aí só pelo nome, sem ver eu visivelmente assim, você pensa assim, oh, essa pessoa é uma maravilha, porque o vento tocou o espaço prá romper o nome dela prá frente, aí eu sinto isso. (Entrevista com Fiota, vídeo “Fiota Kalunga Raizeira”⁸).

A tessitura do corpo da mulher alarga o momento da comercialização para além de um troca produto-dinheiro, e agencia quem está diante de si, um espectador-consumidor, para ser sua *amiga ou amigo, oh Deus me dá toda emoção, me dá toda alegria, eu sei que tendo toda a alegria, eu tenho toda a emoção, todo prazer, eu sei que todos os meus amigos não desparta de mim*. Esta ‘amizade’ se estende a relações institucionais com universidades, ONGs, restaurantes, coletivos, entre outros. São estas amigas e amigos, pessoas ou pessoas que estão em instituições, que, em muitos momentos, *na hora da precisão*, estiveram ao lado da mulher Kalunga, seja na reconstrução de uma casa que se incendiou, seja durante a pandemia da COVID-19 e as enchentes do final de 2021. O *não desparta de mim* se materializa quando as pessoas compram as coisas da mulher Kalunga, ou apoiam o tratamento de saúde de alguém de sua família, ou compram rifas ou fazem doações em dinheiro para diversas necessidades, ou promovem a chegada do sinal de internet à comunidade, ou doam cestas básicas, entre outras contribuições e cuidados.

A pesquisa defende que a performance da comercialização do óleo de coco pela mulher Kalunga não é uma simples transação comercial e sim uma relação política. Esta defesa se sustenta a partir do momento que o corpo do óleo é fragmentado em garrafinhas de 50 ml, definindo a sua corporeidade para o mercado direto. Neste propósito, se o óleo de coco fosse comercializado em volumes maiores, para uma empresa que chegasse à comunidade e

⁷ BRANT F.; NASCIMENTO, M. Nos Bailes da Vida. *In*: NASCIMENTO, M. **Caçador de Mim**. Ariola/Polygram, 1981. Disponível em: <https://discografia.discosdobrasil.com.br/discos/cacador-de-mim>. Acesso em: 12 ago. 2022.

⁸ TRÊS LUAS. **Fiota Kalunga raizeira**: Vão de Almas, Cavalcante. 28 jul. 2020. (9min6s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=s_KsI57tZFE&t=1s. Acesso: 09 jun. 2022.

absorvesse toda a produção anual de cada mulher, esse tipo de comercialização inviabilizaria a articulação da rede de *amigas e amigos* que a mulher Kalunga conquista por meio de suas coisas. A comercialização indireta impediria o exercício político da mulher de fazer amigos, de articular uma rede de cooperação. A conquista de uma *amiga ou amigo* é aqui tratada como um ato político na dinâmica de um território onde se chegam poucas políticas públicas, principalmente aquelas relacionadas à saúde, transporte e geração de renda.

Ainda sobre a perspectiva da comercialização do óleo em escala para uma empresa, a corporeidade do óleo deixaria de ser fluída, não sendo (re)gerada no momento da performance da mulher Kalunga, e sim, decidida pelo mercado, por suas possíveis propriedades apropriadas e não por suas qualidades expressas nas histórias do produto (INGOLD, 2015). Essa característica (poder) do mercado pode até negar as corporeidades do produto, como aconteceu com o óleo de coco que foi preterido no projeto “Produtos Ecosociais Kalunga”, por não atender propriedades comerciais, mesmo sendo um dos principais ‘filhos’ da *Mãe de Óleos Kalunga*.

A corporeidade do óleo de coco se comercializado em escala também teria que ser expressa numa rotulagem ‘camisa de força’ de exigências legais e por uma marca privada e registrada, diferentemente do corpo do óleo vestido por uma marca coletiva que diz da comunidade – *Mãe de Óleos Kalunga*. Aqui também se expressa o corpo político do óleo diante de exigências (fiscais e sanitárias) por órgãos governamentais, pois as mulheres apresentam suas coisas para *amigas e amigos*, que querem receber conhecimentos encorporados, e não informações técnicas rotuladas, e que confiam na qualidade do produto que estão adquirindo com a ‘marca’ da mulher Kalunga.

No processo de interface de um produto industrializado com o consumidor, o óleo de coco, comumente, teria que possuir uma estratégia de marketing, como aquela do produto elaborado com o óleo de babaçu pela empresa The Body Shop, composto por peças publicitárias de uma jovem mulher tatuada distante da mulher quebradeira de coco babaçu (Figura 5). Por outro lado, o marketing do óleo de coco produzido pela mulher Kalunga é uma relação de corpo, expressa na performance junto ao consumidor e pelo vento que rompe o espaço e leva o seu nome para frente, como relatado por Fiota.

Pelas razões descritas acima, a pesquisa defende que a comercialização direta do óleo não está inserida numa política de apagamento de corporeidades, nem do óleo e nem da mulher, e sim, numa relação de autonomia, de conquista do mercado como um território expandido que a mulher Kalunga e suas coisas podem percorrer. O caminho desse território expandido também se torna político a partir do momento que pode levar à profissionalização da mulher, como é o

caso de Fiota, cujo trabalho envolve a ela e a sua nora em tempo integral, seu marido e três filhos jovens em tempo parcial, além do envolvimento das crianças (filho e netos), *a carteira assinada que eu trabalho é aqui, a noite e o dia*. Este também é o caminho seguido por Vanderli, que deixou de ser diarista em pousadas e campings de Alto Paraíso, e agora se dedica exclusivamente à produção e comercialização de seus produtos, *eu vivo das coisas que eu faço*.

Porém, a pesquisa questiona se este território expandido está aberto a todas mulheres que querem comercializar suas coisas, ou melhor, se toda mulher Kalunga que dança sussa e produz óleo de coco possui corporeidade para a comercialização. A expressão dessa corporeidade pode ser contida por diversos fatores, como já descrito anteriormente, como questões de gênero ou se a mulher cuida de alguém doente e não pode sair de casa. Entretanto, a pesquisa quer discutir esse impedimento ao corpo provocado por falta de políticas públicas, principalmente para aquela mulher Kalunga que se encontra no entrelugar, que produz suas coisas, mas ainda não conseguiu consolidar seu espaço de performance para a comercialização.

4.3.3 Lugar de corpo da mulher Kalunga que comercializa

A pesquisa se desafia a pensar como a falta de políticas públicas impacta a expressão da corporeidade da mulher Kalunga que comercializa produtos da sociobiodiversidade. Dentre questões estruturantes, o trabalho de campo se aproximou de uma mulher conhecedora do que está ao seu redor, do que lhe afeta, *eu não tenho estudo, mas sou estudada*, e que externaliza um desejo, *eu queria era saber ler*, configurando um direito seu à educação. Esse desejo de estudar pode ser compreendido pelo depoimento de Dirani, que se esforçou para aprender a assinar o seu nome, tendo que recorrer a oportunidades que não surgiram das cinco escolas existentes na comunidade, demonstrando o descaso do poder público para com a educação das mulheres Kalunga.

Não fui estudada, eu estudei um pouquinho aqui numa igreja (Assembleia de Deus), que tem uma igreja aí, aí tinha uma irmã aí que era professora, aí perguntou prá mim se eu queria ir lá, no fim de semana, prá ver se eu divulgava alguma coisa, na bíblia, estudava na bíblia, eu fui, [...] porque os menino ia no meio da semana (para escola), e no final da semana, vocês vão ficar em casa para cuidar das coisas prá mim, que tava na seca, não tava mexendo com roça, aí eu fui, eu estudei aí quase um mês no final de semana, graças a Deus, dei ao menos prá assinar meu nome, que foi o estudo, eu assinar meu nome, devagar, eu dei para divulgar para assinar meu nome, no mais eu não divulgo nada, só meu nome mesmo, que eu assino, mas só que no passado saber que eu não fui estudada, que naquele tempo eu não tinha essa condição de ser estudada. (Depoimento de Dirani, vídeo “Modo de Viver Quilombola”, 2021⁹).

⁹ Vídeo “Modo de ser e viver quilombola: 5ª oficina: modo de ser e viver quilombola (com Lucilene Kalunga)”, 03 dez. 2021 (KALUNGA, 2021).

Outra questão estruturante, o direito de ir e vir da mulher Kalunga, é afetado pela falta de transporte público e a travessia sem ponte do rio das Almas entre a comunidade e a cidade de Cavalcante. Esta ausência faz com que o deslocamento das mulheres com as suas coisas, por meio de transporte particular, tenha um elevado custo e um tempo alongado de espera entre uma lotação e outra, que transita só duas vezes por semana. O afeto do tempo alongado ao corpo da mulher não lhe é próprio, pois ela é aquela que cuida, que não pode se ausentar de sua casa por muito tempo, que cuida dos filhos, dos doentes, da casa, da roça. Assim, quanto maior a ‘rapidez’ necessária aos movimentos da comercialização, de *ir daqui prá acolá*, maior são os afetos ao seu corpo. O tempo alongado cobra do corpo da mulher o que ela não tem corpo para cobrar do Estado. Este corpo se alonga para identificar quem irá cuidar da sua casa na sua ausência, para conseguir um pouso na cidade, para gerar o custeio da viagem, *eu não tenho quase saída, o dinheiro que faz na farinha fica na estrada*, para articular uma rede de apoio na cidade que receba e reenvie suas coisas para suas *amigas e amigos*, para ver o tempo passar na cidade enquanto espera pela próxima lotação que a levará à comunidade.

Por outro lado, a mulher sem movimento, aquela que não consegue se estruturar para pegar a estrada, tem seu corpo afetado pela imobilidade, *tem vez que perde, que não tem quase saída, não vem ninguém para comprar as coisas, mas não sabe as pessoas o que está perdendo, muitas coisas boas da roça*. O custo político da imobilidade não só impede o gestual da performance da mulher que comercializa (uma perda), mas também impede a (re)geração do coco indaiá em óleo e este em produto da sociobiodiversidade (outra perda) e a não articulação de uma rede de *amigas e amigos* que poderiam ser incorporados por suas coisas (mais outra perda).

A pesquisa ao se aproximar cada vez mais do lugar de corpo da mulher Kalunga que comercializa, ao seguir as suas trilhas, evidencia que estes locais são conquistas pessoais, sendo, principalmente, as feiras e o uso do aplicativo WhatsApp. O convite para a participação em feiras é resultado de uma rede de relações que cada mulher tece ao longo de sua trajetória. Aqui há um destaque para a feira que acontece durante o “Encontro das Culturas da Chapada dos Veadeiros”, sendo um espaço aberto a todas mulheres e considerada a melhor feira do ano que as mesmas participam, *uma feira dessa só Deus que sabe do que que eu estou falando, oh feira maravilha*.

Porém, a principal reivindicação da mulher Kalunga é a sua participação permanente na Feira do Produtor, que acontece na cidade de Alto Paraíso, todos os sábados pela manhã, com intensa visitação de turistas. Esta feira não é aberta à participação das mulheres, nem dentro e

nem fora, nas calçadas das ruas adjacentes à mesma. Outra reivindicação é a criação de uma feira na cidade de Cavalcante, *pudesse ter uma feira boa no Cavalcante porque sabe que nós Kalunga aqui tem muitas coisa, aí podia todo mês, uma vez por mês, essa feira aqui, sábado e domingo, mas cadê? Arranja quem faz a boa vontade com nós?*

O desenvolvimento territorial de uma região turística como a Chapada dos Veadeiros nega à mulher Kalunga um lugar de corpo, um lugar público, *botar uma banquinha lá, me rejeitou, que não, não pode aqui não, não está cadastrado*. Este afeto à mulher Kalunga não reverbera em capacidade de trilhar o caminho burocrático imposto à sua participação, *aí ele fala que tem que fazer não sei o quê, passar por não sei onde, tudo enrolado, só para não deixar ninguém vender*. Além da mulher Kalunga arcar sozinha com o tempo alongado da mobilidade do corpo que comercializa, ela também tem que enfrentar o não-lugar para esse corpo, e se vê diante de políticas públicas que não a apoiam. Esta procura do lugar de corpo é mais um gesto da corporeidade da mulher Kalunga, pelo direito de fazer *amigas e amigos*, fazendo com que a performance da comercialização se expresse cada vez mais como um ato político, como uma conquista.

O uso da internet, principalmente do aplicativo WhatsApp, como um lugar de corpo à comercialização foi incorporado pela mulher Kalunga, *aí eu saio, já deixo o telefone aqui, quando eu chego, o recado já tá aí, o que a pessoa quê, no sap, coloquei aí sem poder, sem saber, aí a menina minha falou, mãe você tem que tentar prá mode eu ajudar você, você tem de aprender, tudo é pegado com Deus*. Esse novo lugar de corpo inaugura a performance da mulher por mensagens de áudio, é o dizer do corpo, é o corpo que fala (Uno, 2017). Esse lugar de ‘recados’ da mulher Kalunga foi aberto pela sociedade civil, por meio da Associação Quilombo Kalunga, contando com o apoio da cooperação internacional. Porém, a mulher precisa pagar R\$ 250,00 (duzentos e cinquenta reais) mensais para trilhar a estrada virtual que leva ao seu novo lugar de corpo. Este custo é inviável para muitas mulheres, o que lhes provoca novamente o afeto da imobilidade por uma estrada que não é pública. Assim, ao corpo que lhe é negado a condição da fala e da escuta virtual, pode-se considerar um corpo ‘(des)virtualizado’, configurando-se também em um modo político desse corpo de não estar no mundo virtual.

4.3.4 Afetos da comercialização ao Corpo-Território Mulher Kalunga

O óleo de coco também manifesta sua corporeidade pelo número de *amigas e amigos* que a mulher Kalunga incorpora em sua performance de comercialização. A quantidade de óleo comercializada provoca afetos ao Corpo-Território Mulher Kalunga. Um primeiro afeto está

diretamente relacionado ao corpo da mulher, pois é o corpo que gera, e quanto maior a comercialização, mais corpo a mulher entrega ao óleo. O trabalho para produzir o óleo de coco *é pesado, é serviço pesado, é para quem tem vontade e tem coragem*. Para as mulheres, o trabalho pesado *é a instrução de minha coragem, é o sentido de que nós somos guerreiras, não é qualquer mulher que faz o que gente faz*. Essa coragem também está na relação das mulheres com os consumidores, pois elas consideram que é um valor incorporado às suas coisas.

[...] mas toda coisa para mim, quanto mais eu faço as coisas pesado, assim, mais parece que agrega mais valor para mim, e o povo ama o meu trabalho, e parece que eles vê que eu pego numa coisa muito pesada e me ajuda demais, não, aquela ali tem destino, porque ela tá pegando mais coisa mais pesada, igual na roça, não é toda pessoa que enfrenta, não, serviço não é pesado, serviço não é pesado, serviço é uma coisa muito original que a gente faz, a gente dá vontade de fazer, eu mesmo faço serviço pesado, dá vontade de fazer mais, mais, mas eu sou só uma. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 17 jan. 2022)

Pela fala de Fiota, apreende-se que o corpo do óleo de coco afeta o consumidor também por sentimentos, pois este reconhece que aquele produto está incorporado de muito esforço e trabalho, e essa admiração provoca consternação, fazendo com que o consumidor participe mais de perto da existência da mulher, *vê que eu pego numa coisa muito pesada e me ajuda demais*. O fazer o óleo de coco, como mencionado anteriormente, provoca ao corpo da mulher: *quebra o peito; a mão incha; dor nas costas; dor no estômago; hérnia na barriga; ferimentos; picadas de insetos; e muito cansaço*. Porém, esses afetos são parte de uma lida maior, de um corpo que é mãe e precisa prover a existência de sua família, como declara Dirani, mãe de 12 filhos, *tem dia que amanheço e não aguento de dor no corpo, eu amanheço assim mesmo, mas se eu abaixar a cabeça vai ser pior, tem hora que eu chego a força quase de joelho, mas se tem que ir para a roça eu vou, se precisar ir pró mato eu vou, é para apanhar um feixe de lenha, eu vou*. E no viver, esse corpo de ‘guerreira’ também se ensambla com o tempo, *a idade vai chegando, a força vai acabando*, e os afetos vão se intensificando, *a coluna minha está rejeitando, não está dando conta de mais assim de serviço, já fiz muito serviço pesado, mas no momento não estou dando conta, porque é a coluna que faz parte da vida da gente, do trabalho, da luta, da vida na roça*.

A não estabilidade do corpo da mulher vive a dicotomia entre a coragem, a alegria e a força de seus músculos diante de suas varizes dilatadas, do cansaço, da dor, do tempo que chega. A dimensão dos afetos provocados pelo trabalho ao corpo da mulher é uma situação política, não há como individualizar aqueles que são provocados pelos produtos da sociobiodiversidade daqueles provocados pela roça, ou pela lida na casa, ou pela *panha* da lenha, porque a mulher

está o tempo todo gerando a existência de ser mãe. A pesquisa defende que a comercialização do óleo de coco quando pensada sob a perspectiva de quem compra situa-se em um consumo político, porque este consumidor, *amiga ou amigo*, possui, em certa dimensão, informações sobre os afetos ao corpo de quem gera o que ele está incorporando. Este conhecimento é atualizado por garrafinhas de 50 ou 250 ml de óleo de coco, que se fazem elo constante junto ao consumidor, *aí já começa, aí pega, aí direto já vai pegando, pedindo*, e em cada pedido vai um pouco das histórias de vida de Fiota, Dirani e Vanderli.

Os afetos da comercialização também se estendem ao território quando há uma pressão de coleta do coco indaiá. Esta pressão gera conflitos, principalmente, quando a mulher corta o cacho do coco, para obter uma grande quantidade de frutos de uma única vez, e não espera que os cocos caíam maduros no chão. O corte do cacho afeta o Corpo-Território Mulher Kalunga quanto à aliança mulher e palmeira, que acordaram em dividir os cocos entre as próprias mulheres, para os animais silvestres e a para a sua dispersão e consequente preservação da palmeira. A disputa pelo coco ainda pode causar a invasão da roça ou capoeira¹⁰ de uma mulher por outra mulher, sem o consentimento da mesma, gerando mais um conflito.

Por outro lado, também há uma dicotomia entre quanto maior a necessidade de coleta do coco, maior é a proteção que a mulher oferece às palmeiras, principalmente, contra o seu corte, quando ela vai fazer a sua roça e contra a queima da vegetação do Cerrado para a formação de pastagens, *nós mulherada aqui do Kalunga, nós vamos brigar prá quem coloca fogo no Cerrado, nós estamos apanhando (frutos) é prá cuidar dos filhos, cuidar dos filhos, cuidar dos netos*.

A comercialização dos produtos da sociobiodiversidade, como o óleo de coco, farinha de jatobá, polpa de cagaita, entre outros, complementa a comercialização dos produtos que vêm da roça, principalmente a farinha de mandioca, gergelim e arroz. Nesta dinâmica, as mudanças climáticas têm impactado principalmente a produção que vem da roça, como conta Fiota sobre o período chuvoso prolongado no final de 2021, seguido de uma forte seca a partir de fevereiro de 2022.

¹⁰ As capoeiras, como já descrito anteriormente, são as roças antigas das mulheres que estão descansando, para serem retomadas depois de determinado tempo, sendo que nestas áreas há grande ocorrência das palmeiras indaiá e pindoba, que produzem coco para a produção do óleo de coco.

Agora mesmo, esse ano mesmo, nós não tem muita mandioca não, por causa que a chuva, a mandioca pubou tudo, nós tinha uma roça de mandioca aqui, pubou tudo, quando foi arrancar, quieta, nada, nada, nada, a mandioca ia dá uns 30, 40 sacos de farinha, pubou tudo, tá lá a terra só manivada lá, o arroz nós plantou, o arroz perdeu tudo, que era na época certa, a chuva veio que era novembro, dezembro, janeiro, a chuva, quando foi em fevereiro, nós plantou, ia dá um bocado de arroz, mas o solão do mês de março veio e matou. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 30 mai. 2022)

As mudanças climáticas também mudam o ritmo do Corpo-Território Mulher Kalunga, *a chuva mudou, não está tendo água não, nós Kalunga está sofrendo de precisão sobre a água, é a água que faz ter muito alimentar prá nós, porque aí nós planta a mandioca, a mandioca pertence muito de água, o arroz também pertence muito de água.* As mulheres contam que *antigamente* chovia 9 meses, começava em setembro e *até maio era chuvoso*, e agora as chuvas caem por apenas 4 meses, começam em outubro e vão até fevereiro, sendo que precisam plantar e colher o que necessitam num menor período de tempo, *agora prá nós produzir alguma coisa rápido tem que ralar o dia e a noite; nós tem que trabalhar com esse temporal de chuva, rápido, porque senão se cancelou, agora só na outra época, aproveitar o tempo.*

Já os frutos do Cerrado produzem conforme sua sazonalidade, *porque toda coisa do Cerrado, tem um ano que ele é mais, tem um ano que ele não dá nada.* Porém, nos anos que determinada planta do Cerrado produz menos frutos, a mulher precisa percorrer maiores distâncias para a coleta e conseqüentemente o seu corpo dispensa mais esforço para carregar os frutos coletados até a sua casa. Quando os frutos diminuem para a mulher também diminuem para os animais silvestres, e isso impacta ainda mais o corpo da mulher, *porque o pequi está dando muito trabalho, está muito difícil de você encontrar esse ano, porque as araras derruba tudinho, tudinho, aqui no Vão de Almas é contado os lugares que tem pequi, hoje ficou mais difícil porque a gente vai mais longe tentar colher alguns.*

O Corpo-Território Mulher Kalunga ensablado com o presente, diante das mudanças climáticas, se vê envolto em uma dinâmica que inclui a colheita da roça, a sazonalidade dos frutos do Cerrado e a convivência com os animais silvestres. No final do ano de 2021, como já descrito, quando ocorreu chuvas intensas durante um grande período de tempo, fazendo com que a produção da roça se perdesse, a coleta do coco indaiá foi intensa, *esse ano tem coco prá todo lado.* Mas não há uma previsão, não há uma segurança de complementariedade entre a produção da roça e a coleta de frutos do Cerrado, entre a comercialização de farinha de mandioca e os produtos da sociobiodiversidade.

Não saber o que esperar junto ao território intensifica a não estabilidade do corpo da mulher. O lugar de corpo da comercialização, onde a mulher Kalunga faz sua performance, se

faz mais uma vez político, quando a mulher conta para as suas *amigas e amigos* a história do *tempo mudado* que está ‘encorparada’ em suas coisas. Este lugar de corpo diz do afeto de um sol que ela não conhece mais, *ia dá um bocado de arroz, mas o solão do mês de março veio e matou*, e sobre o afeto da chuva que ela também não mais reconhece, *novembro e dezembro foi tudo de chuva, aí não teve como plantar, mas não podemos abaixar a cabeça, nós temos que trabalhar*.

4.3.5 Recorporeidade do óleo de coco indaiá

A pesquisa considera que a comercialização do óleo de coco é uma desterritorialização do mesmo, gerando uma mudança de vínculo deste com o território Kalunga (DELEUZE; GUATTARI, 1995), que deixa de ser corporificado na própria comunidade. Por outro lado, segundo Haesbaert (2007), toda desterritorialização vem sempre acompanhada de uma reterritorialização, e no caso do óleo de coco, de uma recorporeidade na composição Corpo-Território Mulher Kalunga.

Uma das formas da recorporeidade do óleo de coco se dá por meio da geração de renda advinda de sua comercialização, a qual é incorporada à vida das mulheres Kalunga. Essa renda já proporcionou, por exemplo, que Dirani renovasse o telhado de palha da sua casa e que construísse uma ‘lojinha’ para comercializar seus produtos para turistas que visitam a comunidade; que Fiota construísse uma pequena pousada em sua casa para receber turistas, a qual ela chama de *casa do wifi*, e que Vanderli conseguisse comprar um lote na cidade de Cavalcante.

[...] tudo construído com minhas coisas, das feiras, já cresceu eu muito, tá crescendo meus filhos, tem minha casa aqui, já fiz a casa do Wifi, tem aqui dois banheiros, tem dois quartos, na casa do wifi, já tem duas camas box, aqui, para receber as pessoas, tudo de meu trabalho e da força de meus filhos e de meu marido, comprei bomba prá puxar água prá mode pôr aqui para ralar mandioca, comprei roda, comprei gerador, que é prá mode triturar meu coco, tudo com esse trabalho. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 05 ago. 2022)

A recorporeidade do óleo de coco também está na agência exercida pela mulher Kalunga para o desenvolvimento territorial. A geração da sociobiodiversidade, apesar de não ser apoiada pelo poder público, gera um campo sociomaterial que envolve atores externos e a implementação de projetos de desenvolvimento. Este foi o caso dos projetos “Nós somos mãe de 7 óleos Kalunga”, realizado pela Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado e o projeto “Baunilha do Cerrado” realizado pelo Instituto ATÁ, como já descritos anteriormente. O

desenvolvimento do projeto “Nós somos mãe de 7 óleos Kalunga”, que inicialmente propôs o investimento em estrutura e equipamentos, com a aquisição de uma prensa hidráulica e modificação do corpo do óleo de coco, que passaria de um óleo extraído a quente para sua extração a frio, demonstrou, entre outros resultados, que ao se reestruturar para responder às demandas concretas identificadas, se repensou, e investiu na compra de painéis de 50 litros para cada mulher envolvida e vestiu com embalagem e rótulos os seus produtos, o que proporcionou maior autonomia para a mulher Kalunga produzir e comercializar as suas coisas.

O projeto “Baunilha do Cerrado”, que investiu principalmente na estrutura de um viveiro para a produção de baunilhas e que hoje o mesmo se encontra desativado, entre outros aprendizados, demonstrou que um projeto não termina em si, com o alcance ou não de seu objetivo principal. A partir deste projeto, as mulheres Kalunga que nunca haviam comercializado a baunilha, a incluíram em *suas coisas* e começaram a comercializar a sua *fava* proveniente da coleta silvestre e a plantar a espécie, que é uma trepadeira, no ‘pé’ das palmeiras indaiá em seus quintais. O projeto também foi um dos precursores da abertura de mercado para os produtos da sociobiodiversidade Kalunga em Brasília (DF), principalmente junto aos chefs de cozinha, que além da baunilha, absorveram, entre outros produtos, pimenta de macaco, castanha de baru, pequi, arroz de pilão. A especiaria baunilha abriu caminho para que outros produtos das mulheres Kalunga se tornassem mais conhecidos e valorizados, a partir do momento que ingressam no subcampo da “nova gastronomia brasileira”, microcosmo do campo gastronômico (JACQUES, 2020, p.19).

Outra recorporeidade proporcionada pela comercialização do óleo de coco é a sensibilização e comprometimento dos consumidores com a composição Corpo-Território Mulher Kalunga. A ensablagem dos produtos da sociobiodiversidade com o presente exige que os mesmos sejam incorporados pelos significados e afetos ocasionados pelas mudanças climáticas, o que diz respeito a todos, tanto à mulher, quanto ao território, quanto ao consumidor. O lugar de corpo da mulher Kalunga diz de seu saber localizado, de sua realidade material (HARAWAY, 1995), e alerta que num determinado tempo está havendo ‘grandes enchentes’, e em outros, ‘falta água’. A potência de sua performance, a partir de sua geografia, tem a emergência de reivindicar a continuidade de sua existência em seu território, e por isso, esse alerta que o *tempo tá mudado*. A mulher encontra na comercialização o seu fazer político, e o óleo de coco torna-se, novamente, um elo, um corpo que convoca o consumidor a se comprometer de alguma forma com aquela realidade socioambiental.

Esse comprometimento do consumidor se dá pela compra, em si, dos produtos da sociobiodiversidade, assim como, quando o mesmo compartilha as histórias que ouve da mulher

Kalunga, faz pequenos vídeos, tira fotos, grava depoimentos, elabora textos e posta em suas redes sociais. A comercialização das coisas da mulher e a projeção de seu trabalho por suas *amigas e amigos* fortalecem a sua atuação na comunidade para a geração de suas *coisas* e conservação da biodiversidade. Nessa conexão, os consumidores produzem co-narrativas, ou melhor, co-performam a vida do óleo de indaiá em seus lugares de corpos virtuais. A visibilização dos produtos da sociobiodiversidade proporcionada pelo consumidor é uma recorporeidade à composição Corpo-Território Mulher Kalunga, é um afeto político à sua continuidade.

4.4 ENSAMBLAGEM CORPO-TERRITÓRIO MULHER KALUNGA COM O FUTURO

Figura 21 – Ensamblagem Corpo-Território Mulher Kalunga com o futuro



Fonte: elaborado pela autora (2018)

Em determinado momento, a pesquisadora olha mais uma vez para a mulher Kalunga quebrando o coco indaiá com uma lente fixa de 50 mm, aquela que retrata a realidade, porém, dessa vez, experimenta uma baixa velocidade de captação da luz que forma a imagem. A baixa

velocidade do obturador da câmera expõe a mulher a um longo tempo de luz¹¹, e isso faz com que haja um desfoque de seus movimentos fixados à imagem (Figura 21). Este efeito imagético, ao borrar o movimento do corpo da mulher, faz com que a pedra que está em sua mão desapareça, deixando apenas o rastro de seu significado, como se a imagem transportasse a pedra para o passado, e a fizesse existir apenas na memória do povo Kalunga (DIDI-HUBERMAN, 2011).

A partir dessa experiência imagética, a pesquisa se desafia a imaginar como seria a ensablagem do Corpo-Território Mulher Kalunga com o futuro, e para isso, aciona a imaginação política para que o desenvolvimento territorial, aquele que não enxerga o corpo, retire a pedra da mão da mulher Kalunga como ‘símbolo’ de todos os afetos ‘dolorosos’ ao seu corpo e ao território. Para Vieira (2020), a imaginação como potência a converte não em finalidade da arte ou da política ou da vida, mas como instrumento capaz de inventar afetações para um novo mundo que nos inspire. Para exercer essa imaginação, não na perspectiva de imaginar uma experiência, mas de experimentar uma imaginação (VIVEIROS DE CASTRO, 2002, p. 123), a pesquisa se ancora na coragem da mulher Kalunga, a qual se estende aos milagres de sua fé, *parceria de mulherada, somos protegidas do lugar, proteção, nós tem, nós mulherada tem uma proteção grande, é por isso que Deus não desampara de nós, tem todos os milagres para dar prá nós.*

Ao exercer essa imaginação, a pesquisadora se propõe a imaginar um desenvolvimento territorial que incorpore o Corpo-Território Mulher Kalunga. Para isso, projetos são implantados na comunidade respeitando a forma de organização social própria do povo Kalunga; as demandas concretas de trabalho das mulheres são reconhecidas e não lhes são impostas soluções ‘desconectadas’ com as suas realidades; os afetos das mudanças climáticas ao corpo da mulher e ao território são considerados e minimizados; e o potencial de inovação da mulher Kalunga para a geração de produtos da sociobiodiversidade são acreditados e relacionados à conservação da biodiversidade. Ainda nessa imaginação, o poder público investe em questões estruturantes como proporcionar e encorajar o parto humanizado das mulheres, a alfabetização das mesmas, um transporte público de qualidade entre a comunidade Vão de Almas e a cidade de Cavalcante, o acesso livre das famílias ao sinal de internet e programas de comercialização na região turística da Chapada dos Veadeiros que atenda às mulheres Kalunga, principalmente a criação de feiras e a viabilização de compras institucionais dos produtos da

¹¹ Longa exposição é quando o obturador da câmera fica aberto por um maior tempo, possibilitando uma maior entrada de luz que será captada pelo sensor. É considerada longa exposição quando o sensor passa mais de um segundo exposto à luz.

sociobiodiversidade por prefeituras locais. As mulheres nesse desenvolvimento territorial imaginado também têm acesso a políticas de fomento à aquisição de equipamentos, como bomba d'água para canalizar a água do rio até as suas casas, triturador elétrico para substituir o trabalho de seu corpo de socar no pilão as amêndoas do coco indaiá, quebrador de coco com tecnologia social que atenda a um grupo de famílias, freezer para armazenar as frutas do cerrado, entre outros, o que potencializaria a geração dos produtos da sociobiodiversidade com menor afeto ao seu corpo.

Em continuidade a esse exercício metodológico de intersubjetividade e imaginação, a pesquisa propõe à mulher Kalunga interagir com a própria imagem que possui as mãos livres, sem a pedra, sendo o Corpo-Território Mulher Kalunga o seu lugar do olhar (DUBOIS, 2004). A participação da mulher Kalunga nesse exercício de imaginação, *aquela que tem todos os milagres para receber*, não espera o poder público, quer alcançar seus objetivos/desejos com o próprio corpo, *é ter mais força, toda liberdade, prá mode vender mais minhas coisas*. Dirani 'sonha' em comprar um triturador elétrico, *aqui para o meu trabalho melhorar mais, é um triturador, nós triturar a castanha do coco para tirar os óleos*; Vanderli quer ter uma casa em Alto Paraíso, *mas para frente eu quero ver, se tudo dar certo, eu quero comprar um lote, porque Alto Paraíso é caríssimo, cento e pouco um lote, eu acho caro, para ter minha casinha, aí deixar minhas coisas tudo organizadinho*. Já Fiota possui a solução para os afetos da 'pedra' que carrega quando tem que sair de casa para comercializar seus produtos, ao sofrer com o tempo alongado da estrada e o alto custo do transporte. Fiota quer comprar um *Pajero*, um carro com tração 4 X 4.

[...] e aí vai crescendo, tó crescendo, tem caju no mato demais, agora mesmo, eu vou pró mato panhar caju, prá mode eu comprar um Pajero, comprar um Pajero, que eu não tó aguentando pagar pró outros, agora mesmo eu paguei novecentos reais, entre o Vão de Almas e entre lá no Alto Paraíso, lá no São Jorge, novecentos reais que eu tirei limpo e seco das minhas coisas que eu vendi, que paguei o rapaz que trouxe eu e levou, não tó aguentando não, vou comprar, vou panhar meus caju, vou comprar meu Pajero, dizer pró ocê, não tó aguentando não, eu não tó aguentando esse trabalho, dá esse tanto de dinheiro pró outros, aí eu rodo daqui prá acolá, sai daqui com 15 dias, 16 dias que eu cheguei na minha casa, porque, ralando, ralando. (Entrevista com Fiota, mensagem de áudio de WhatsApp, 04 ago. 2022).

Entre a imaginação 'objetiva' da pesquisadora e os 'milagres' concretos da vida da mulher Kalunga, a pesquisa também convida o leitor a experimentar a imaginação por meio de pensamentos-agenciamento provocados pela imagem da mulher que possui as mãos livres (Figura 21). Nesse momento de intersubjetividade, o leitor pode articular um "fora de campo" da imagem preenhe de possibilidades a partir de sua imaginação, cortando e ligando o visível ao invisível (COMOLLI, 2015). A pesquisa instiga o leitor a se encorporar à imagem como mais

um ente que se recorporeifica no Corpo-Território Mulher Kalunga, na perspectiva que seus gestos contribuam para que a pedra seja realmente transportada para o passado. Para Ingold (2015, p. 66), há “um mundo no qual as pedras são apanhadas na vida dos seres humanos, e lhes são conferidas forma e significância através de sua incorporação nos contextos histórico e social destas vidas”. O leitor pode se imaginar no futuro (invisível) para transformar o presente (visível), no mundo de vida sociomaterial (“histórico social”) que liga a pedra às suas escolhas políticas, como por exemplo: o consumo. Entre outras possibilidades, a pesquisa deseja que o pensamento visual do leitor o transporte à imaginação sobre o seu próprio corpo, em se questionar sobre o que o seu corpo está incorporando no presente, e como já dizia Fiota, o quanto ele poderá *baldear* em seu corpo agrotóxicos por produtos da sociobiodiversidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Figura 22 – Realidade aumentada do Corpo-Território Mulher Kalunga



Fonte: elaborado pela autora

A tese inicialmente se propôs a conhecer o óleo de coco indaiá, um produto da sociobiodiversidade do Cerrado, no intuito de compreender como o mesmo participa do desenvolvimento territorial da comunidade quilombola Kalunga Vão de Almas. A pesquisa parte do pressuposto da invisibilidade dos produtos da sociobiodiversidade no Brasil, com a consequente quase inexistência de programas de governo e políticas públicas para a sua promoção, e neste sentido, apresenta um caminho teórico-metodológico para o seu conhecimento e visualização, condição prévia à sua visibilidade. O que não se conhece não é visualizado e consequentemente não é visibilizado.

A pesquisa aciona, pela última vez, o pensamento visual, com o objetivo de expressar novamente o quanto o seu processo empírico buscou identificar o que não se vê apenas com o ‘olho nu da objetividade’ na geração de um produto da sociobiodiversidade. A pedra que a mulher segura nas mãos para quebrar o coco indaiá, um instrumento imagético, se transforma

e veste o ‘olho nu’ da mulher como se fosse um par de óculos de realidade aumentada¹ (Figura 22), para re(acreditar) que o ‘quem’ do óleo de coco é uma construção intersubjetiva. A tese tem a pretensão de proporcionar ao leitor a experiência da percepção ‘alterada’ do que comumente acredita-se ser o “mundo real”, para que cada um, ao seu olhar, possa compreender e visualizar a vida social dos humanos, das ‘coisas’ e dos entes que coexistem no território Kalunga.

O caminho imagético do olhar para o produto ‘óleo de coco indaiá’ se inicia com a visualização do corpo da mulher Kalunga, como precursor à compreensão de uma composição corpórea geradora do óleo de coco – o Corpo-Território Mulher Kalunga. A aproximação à ideia de corpo, como um ente relacional, que afeta e é afetado, e de suas corporeidades, que diz como esse corpo afeta e como é afetado, é o guia condutor da pesquisa, que segue as práticas do corpo da mulher Kalunga, principalmente aquelas da feitura e da comercialização do óleo de coco.

A pesquisa compreendeu que para conhecer um corpo seria necessário decompô-lo em movimentos e gestos, o que foi possível com a materialização de imagens e o agenciamento destas para provocar o pensamento visual à análise do desenvolvimento territorial. O conhecimento pela decomposição de corpos se tornou uma proposta metodológica e aproximou a pesquisa das interrelações entre as mulheres e os entes que vivem no território Kalunga, assim como, das interrelações existentes no território expandido do mercado onde a mulher Kalunga se encontra com o consumidor.

O pensamento visual enxergou as interrelações entre a palmeira indaiá que frutifica o coco; a mulher Kalunga que coleta o coco; a cotia que dispersa a semente do coco; a cobra que *espreita* o bicho que vem roer o coco e assusta a mulher; a baunilha que ‘sobe’ na palmeira e a mulher que colhe a sua fava; a arara que pousa na palmeira e faz parte da paisagem; e as mudanças climáticas que chegam e desestabilizam ‘tudo’. Essa margem entre os corpos e o território, esse contorno, essa membrana, não cessa de se experimentar, de se contrair e de se dilatar, comprometendo a imagem estável e evidente destes corpos. Assim, a metodologia buscou dar vida à imagem de uma composição corpórea que existe por meio de seus gestos e de seus movimentos, o Corpo-Território Mulher Kalunga, um corpo visível e, também, um

¹ Realidade aumentada é uma tecnologia que insere elementos virtuais em ambientes reais, tais como imagens, vídeos, objetos 3D, games, links externos, entre outros. Para acessar, é necessário um smartphone ou tablet compatível com aplicações dessa tecnologia imersiva ou o uso de óculos especiais desenvolvidos para tal (SCAFF, 2020).

corpo invisível, que vive nos fluxos de vidas e matérias (UNO, 2012), na imensidão do território, na travessia da estrada e no lugar do mercado.

Nesta trilha metodológica, a pesquisa cria coragem para defender que a composição Corpo-Território Mulher Kalunga é uma mãe, a ‘mãe da sociobiodiversidade’, porque para a mulher Kalunga tudo que vive no território tem mãe. O nascimento do óleo de coco só é possível porque há uma corporeidade de mãe - de cooperação e coexistência entre a mulher Kalunga e aos entes ali viventes. Decompor o corpo da ‘mãe da sociobiodiversidade’ fez a pesquisa compreender que o óleo de coco vive num entrelugar: entre a força dos músculos e as varizes dilatadas pelo esforço do corpo da mulher; entre a não-ponte para a cidade e o conhecimento de pés caminantes por trieiros; entre o acreditar na colheita e o não saber o que esperar do ‘tempo mudado’; entre o ser óleo-alimento e o ser óleo-produto. O corpo político do óleo de coco significado por esse entrelugar é retratado pela imagem que continua o movimento, que tem repulsa à coagulação (UNO, 2012, p. 49), que dá visualidade à fluidez do óleo de coco que consegue sair da comunidade, e à performance da mulher Kalunga dançarina de sussa que o comercializa, e que lhe dá o destino de incorporação no consumidor.

Esse olhar para o entrelugar do óleo de coco, para o seu corpo político, é potencializado pela montagem de imagens que narram as camadas do tempo que atravessam o Corpo-Território Mulher Kalunga. A ensablagem do Corpo-Território Mulher Kalunga com o passado conta a história do óleo de coco junto à existência do povo Kalunga; já a ensablagem com o presente, narra o tempo-rítmico dos pés da mulher kalunga pela estrada não-ponte que leva o óleo de coco ao mercado; e ao se ensamblar com o futuro, convida o leitor a experimentar uma imaginação política para que o seu próprio corpo incorpore o óleo de coco, aquele que *não tem nada de envenenoso*.

Neste fluxo, neste caminho de existência, o Corpo-Território Mulher Kalunga também é afetado por recorporeidades de gestos, principalmente aqueles advindos da performance da mulher Kalunga no território expandido do mercado. Essa recorporeidade de gestos não é só materializada por aquilo que a geração de renda proporciona e pela ‘ajuda’ da rede de *amigas e amigos* (consumidores) que a mulher Kalunga conquista, mas também, pela emergência da mudança do olhar da mulher Kalunga sobre o seu próprio corpo e sobre o seu território. Entre outros (re)olhares, a mulher precisa responder ao consumidor que espera dela o ‘discurso’ da conservação ambiental e da manutenção de sua tradicionalidade quilombola, como explica Fiota, *eu aprendi a fazer minhas coisas na roça, coisas naturais, prá mode passar toda relação para as pessoas também saber qual a relação da comida, do alimento saudável, que é da cultura nossa*. Nesta perspectiva, a recorporeidade de gestos é uma forma de reação aos afetos

ao Corpo-Território Mulher Kalunga, o que faz com que o óleo de coco esteja sempre experimentando e se ‘acomodando’ em entrelugares, como resposta política à sua sobrevivência enquanto produto da sociobiodiversidade.

Para finalizar, a tese considera que o caminho teórico-metodológico proposto para o conhecimento do Corpo-Território Mulher Kalunga apresenta novas potencialidades na construção de narrativas visuais como meio para se compreender realidades territoriais complexas nos estudos do rural e do desenvolvimento. No entanto, está longe de se colocar como um exercício findo; propõe muito mais a abertura para uma busca de possibilidades metodológicas que respondam aos desafios empíricos e analíticos em se abordar relacionalmente humanos e entes em sua multiplicidade e fluidez. A tese, a partir desse caminho teórico-metodológico trilhado, ainda conclui que o conceito de ‘produtos da sociobiodiversidade’ precisa se alargar, ir além da análise de cadeias produtivas, e retoma aqui a imaginação política para vislumbrar um desenvolvimento que visualize os corpos e as corporeidades emergentes de um território, para que um dia, ‘todas e todos’ possam incorporar produtos da sociobiodiversidade de um Cerrado que permanecerá em pé!

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, V. G. **Localização do Sítio Histórico Kalunga**: SHK. Goiânia: UFG, 2014. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/kalunga_mapa_goiias__municipios.pdf. Acesso em: 22 maio 2022.
- ALMEIDA, D.; ALVES, F. B.; PIRES, L. **Governança em cadeias de valor da sociobiodiversidade**: experiências e aprendizados de grupos multi-institucionais da Castanha do Brasil e Borracha-FDL no Acre. Brasília: GIZ, Núcleo Maturi, UICN, WWF-Brasil, 2012. Disponível em: <https://www.terrabrasil.org.br/ecotecadigital/images/abook/pdf/1sem2015/Abril/26-Governanca%20Sociobiodiversidade.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2022.
- ANJOS, R. S. A. dos. Relatório técnico ação Kalunga: laudo da organização territorial. **Periódico Eletrônico Geobaobas**, v.1, n.2, 2017, p. 1–75. Disponível em: <https://doi.org/10.26512/geobaobas.v1i2.4276>. Acesso em: 3 maio 2022.
- APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. *In*: APPADURAI, A. (org.). **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Ed. UFF, 2008. p. 15-88.
- ARCE, A. Re-approaching social development: a field of action between social life and policy processes. **Journal of International Development**, Hoboken, v. 15, n. 7, p. 845-862, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/jid.1039>. Acesso em: 20 abr. 2021.
- ARCE, A.; CHARÃO-MARQUES, F. Desenvolvimento, materialidades e o ator social: orientações metodológicas para aproximações territoriais. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 1, p. 40-65, fev. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n1-5>. Acesso em: 20 out. 2021.
- ARCE, A.; FISHER, E. Creating natural knowledge: agriculture, science and experiments. *In*: SILLITOE, P. (ed.). **Local science vs global science**: approaches to indigenous knowledge in international development. Oxford: *Berghahn Books*, 2007. p. 175-191. Disponível em: file:///C:/Users/Cliente/Downloads/SILLITOE-CH09p175-190_qxd.pdf. Acesso em: 27 jun. 2022.
- ARCE, A.; LONG, N. Reconfiguring modernity and development from an anthropological perspective. *In*: ARCE, A.; LONG, N. (ed.). **Anthropology, development and modernities**: exploring discourses, counter-tendencies and violence. London: Routledge, 2000. p. 1-30. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/281620193_Anthropology_Development_and_Modernities_Exploring_discourses_counter-tendencies_and_violence. Acesso em: 08 abr. 2022.
- ARCE, A.; LONG, N. Re-positioning Knowledge in the Study of Rural Development. *In*: SARDAN, J. P. O. **Anthropology and Development**: understanding contemporary social change. London: Zed Books, 2005. p. 75-86. Disponível em: file:///C:/Users/Cliente/Downloads/Re_positioning_Knowledge_in_the_Study_of.pdf. Acesso em: 09 abri. 2022.

ARCE, A.; LONG, N. Forging a new anthropology of development: common ground and contention issues. In: BIERSCHEK, T. *et al.* (ed.). **La rigueur et l'engagement: essais autour de l'oeuvre de Jean-Pierre Olivier de Sardan**. Paris: Khartala, 2007. p.101-127. Disponível em: <https://research.wur.nl/en/publications/forging-a-new-anthropology-of-development-common-ground-and-conte>. Acesso em: 09 abr. 2022.

ARTICULAÇÃO PACARI. **Projeto Nós Somos a Mãe de 7 Óleos Kalunga**. Turmalina: Articulação Pacari, 2013. (mimeo).

ARTICULAÇÃO PACARI. **Relatório financeiro final: Projeto BRA/SGP/OP5/FSP/STAR/13/06**. Turmalina: Articulação Pacari, 2016. (mimeo).

ARTICULAÇÃO PACARI. **Encontro de raizeiras da Articulação Pacari: Projeto UNESCO**. Turmalina: Articulação Pacari, 2017. (mimeo).

ASSOCIAÇÃO QUILOMBO KALUNGA. **Jeová Soares has developed a technique of his own for growing Cerrado vanilla orchid in his backyard**. (10 mar. 2021. (2 min43s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3TQJXlzuEew>. Acesso: 07 jun. 2022.

BAIOCCHI, M. N. Kalunga e Barreirinho: Mi-Soso, Malunda, Ji-Sabu, Ji-Nongongo, Mi-Embu, Maka. **Palmares em Revista**. Brasília: Fundação Cultural Palmares, n.1, 1996, p. 139-152. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/palmares.pdf>. Acesso: 22 maio 2022.

BAIOCCHI, M. N. **Kalunga: Povo da terra**. Brasília: Ministério da Justiça, Secretaria de Estado dos Direitos Humanos. 1999.

BAIOCCHI, M. N. **Kalunga: Povo da terra**. Goiânia: Ed. UFG, 2006.

BÁLSAMO multifuncional Amazonian Therapy. Brighton: The Body Shop, 2019a: Disponível em: <https://www.thebodyshop.com.br/produto/balsamo-multifuncional-amazonian-therapy-665>. Acesso em: 01 ago. 2019.

BASSO, J. **Mestres e aprendizes: Fiota Kalunga**. 29 jul. 2021. (8min44s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=73OB1O7oAss&t=314s>. Acesso: 08 jun. 2022.

BATISTA, L. **Chapada dos Veadeiros: Feira do Produtor Rural atrai turistas**. 18 nov. 2020. (4min59s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EzESJNWKdrs>. Acesso em: 09 jun. 2022.

BENNETT, J. **Vibrant Matter: a political ecology of things**. Durham: Duke University Press, 2010. Disponível em: <https://www.are.na/block/3198179>. Acesso em: 18 fev. 2021.

BINGHAM, N. 2006. Bees, butterflies and bacteria: biotechnology and the politics of nonhuman friendship. **Environment and Planning: economy and space**, v. A 38, p. 483-498, 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/a38436.pdf>. Acesso em: 18 dez. 2021.

BLANCO, G., ARCE, A., FISHER, E. Becoming a region, becoming global, becoming imperceptible: territorialising salmon in Chilean Patagonia, **Journal of Rural Studies**, v. 42, p.179-190, 2015. Disponível em: [file:///C:/Users/Cliente/Downloads/2015-BlancoArceFisher-Becomingglobal%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cliente/Downloads/2015-BlancoArceFisher-Becomingglobal%20(1).pdf). Acesso em: 4 jul. 2021.

BOURRIAUD, N. **Pós-graduação**: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. São Paulo: Martins, 2009. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/380/o/bourriaud_nicolas_P%C3%B3s-Produ%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 4 ago. 2022.

BRAGA, A. P.; AMÂNCIO, C. **Rota do sal**: Quilombo Kalunga documentário. 19 set. 2016. (1h43min31s). Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=InfA-IZYzyg&t=198s>. Acesso em: 28 dez. 2020.

BRANT F.; NASCIMENTO, M. Nos Bailes da Vida. *In*: NASCIMENTO, M. **Caçador de Mim**. Ariola/Polygram, 1981. Disponível em: <https://discografia.discosdobrasil.com.br/discos/cacador-de-mim>. Acesso em: 12 ago. 2022.

BRANT, F.; ANGELO, N. Canoa, Canoa. *In*: NASCIMENTO, M. **Clube da Esquina 2**. EMI-Odeon, 1978. Disponível em: <https://discografia.discosdobrasil.com.br/discos/clube-da-esquina-2>. Acesso em: 07 jul. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Portaria Nº 121, de 18 de junho de 2019**. Institui o Programa Bioeconomia Brasil – Sociobiodiversidade. Brasília, 2019a. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-121-de-18-de-junho-de-2019-164325642>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Bioeconomia Brasil – Sociobiodiversidade**: ações para fortalecer as cadeias produtivas que usam os recursos naturais de forma sustentável. Brasília, 2019b. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/bioeconomia-brasil-sociobiodiversidade>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Portaria MAPA Nº 387, de 30 de dezembro de 2021**. Institui o documento Cadastro Nacional da Agricultura Familiar do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - CAF-Pronaf em substituição à Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - DAP, para fins de acesso ao crédito rural no âmbito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Pronaf. Brasília, 2021. Disponível em: <https://in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mapa-n-387-de-30-de-dezembro-de-2021-371513373>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Declaração de aptidão ao PRONAF (DAP)**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/dap>. Acesso em: 02 jun. 2022.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Ministério do Meio Ambiente. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Plano nacional de promoção das cadeias de produtos da sociobiodiversidade**. Brasília, 2009. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.seplan.planejamento.gov.br/bitstream/handle/123456789/1024/Plano%20Sociobiodiversidade.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 06 maio 2022.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Plano nacional de agroecologia e produção orgânica (PLANAPO)**. Brasília, 2016. Disponível em: <https://agroecologia.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Planapo-2016-2019.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação – MEC. **Uma história do povo Kalunga**. Brasília: Secretaria de Educação Fundamental, 2001. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me001936.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2022.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Agregação de valor e consolidação de mercados sustentáveis**. Brasília, 2010. Disponível em: https://www.mma.gov.br/estruturas/sds_dads_agroextra/_arquivos/sociobiodiversidade_1_plano_e_cadeias_65.pdf. Acesso em: 03 mar. 2019.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 2.519, de 16 de março de 1998**. Promulga a Convenção sobre Diversidade Biológica, assinada no Rio de Janeiro, em 05 de junho de 1992. Brasília, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2519.htm. Acesso em 28 mar. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Medida Provisória Nº 132, de 20 de outubro de 2003**. Cria o Programa Bolsa Família e dá outras providências. Brasília, 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/Antigas_2003/132.htmimprensa.htm. Acesso: 17/02/22. Acesso em 19 dez. 2019.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Decreto Nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007**. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. Brasília, 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm. Acesso em: 19 jun. 2022.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto Nº 12.315 de 20 de novembro de 2009**. Declara de interesse social, para fins de desapropriação, os imóveis abrangidos pelo “Território Quilombola Kalunga”, situado nos Municípios de Cavalcante, Terezina de Goiás e Monte Alegre de Goiás, Estado de Goiás. Brasília, 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/dnn/dnn12315.htm. Acesso: 03 nov. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto Nº 10.825 de 08 de novembro de 2021**. Regulamenta o Programa Auxílio Brasil, instituído pela Medida Provisória nº 1.061, de 9 de agosto de 2021. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.852-de-8-de-novembro-de-2021-357706502>. Acesso: 17 fev. 2022.

BRITO-NETO, J. C. de B. A informação na construção da Cidadania entre os Calungas. *In*: Congresso Anual de Ciências da Comunicação, 25., Salvador, 2002. **Anais** [...]. Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), 2002. Disponível em:

http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP13BRITO.pdf. Acesso em: 02 fev. 2002.

BRSCAN, I. M. **Manipueira, um líquido precioso**. Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2011. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/18147209/manipueira-um-liquido-precioso>. Acesso: 23 dez. 2021.

CABNAL, L. **Feminismos diversos: el feminismo comunitário**. Barcelona: ACSUR-Las Segovias, 2010. Disponível em: <https://porunavidavivible.files.wordpress.com/2012/09/feminismos-comunitario-lorena-cabnal.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2021.

CAMARGO, L. **Alimento Kalunga**. 21 fev. 2019a. (2min2s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5Pu6pH-smDM>. Acesso em: 07 jun. 2022.

CAMARGO, L. **ATA horta Kalunga**. 21 fev. 2019b. (1min25s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=k73YwKXNdzI>. Acesso: 10 jun. 2022.

CAPIBERIBE, C. **Projeto de Lei n. 6079/2019**. Cria a Política Nacional de Incentivo ao Agroextrativismo Familiar na Amazônia e fundo nacional para apoiar essa política pública; altera as Leis nº 8.427, de 27 de maio de 1992, nº 10.696, de 2 de julho de 2003, e nº 12.512, de 14 de outubro de 2011. Brasília: Câmara dos Deputados, 2019. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=node0q6shev57rr8w10i5nxwgm17oc10613725.node0?codteor=1835655&filename=PL+6079/2019. Acesso em: 01 jun. 2022.

CARBONESI, J. Capitania de Goiás. In: **BiblioAtlas: Biblioteca de Referências do Atlas Digital da América Lusa**. 1996. Disponível em: http://lhs.unb.br/atlas/Capitania_de_Goi%C3%A1s. Acesso em: 9 maio 2022.

CAVALEIRO DE JORGE. **Encontro de culturas**. Alto Paraíso de Goiás: Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, 2022. Disponível em: <https://www.cavaleirodejorge.com.br/projetos/encontro-de-culturas>. Acesso: 08 jun. 2022.

CELENTANI, F. G. **Feminismos desde Abya Yala: ideas y proposiciones de las mujeres de 607 pueblos en nuestra América**. Ciudad de México: Editorial Corte y Confeccion, 2014. Disponível em: <http://francescagargallo.wordpress.com/>. Acesso em: 09 ago. 2022.

COMOLLI, J. O espelho de duas faces. In: YOEL, G. (org.). **Pensar o cinema: imagem, ética e filosofia**. São Paulo: Cosac Naify, 2015. p. 165-203.

COOPERATIVA DOS PEQUENOS PRODUTORES AGROEXTRATIVISTAS DE LAGO DO JUNCO – COPPALJ. **Nossa missão e valores**. Lago do Junco: COPPALJ, 2021. Disponível em: <https://www.coppalj.com.br/who-we-are#OurMissionandValues>. Acesso em: 09 out. 2021.

COSTA, N. V. **Chá de conhecimento Fiota: Sucupira**. 16 maio 2021. (2min24s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nypD-OVQtpU>. Acesso: 10 jun. 2022.

CUNHA, A. F. **O calendário agrícola na comunidade Kalunga Vão de Almas**: uma proposição a partir das práticas de manejo da mandioca. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Sustentabilidade junto a Povos e Terras Tradicionais – MESPT), Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/34102>. Acesso em: 08 fev. 2022.

CUNHA, V. F. **Soberania e segurança alimentar na perspectiva dos jovens Kalunga da comunidade Vão de Almas**. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Sustentabilidade junto a Povos e Territórios Tradicionais – MESPT), Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/34403>. Acesso: 21 mai 2022.

DAWSEY, J. C. Descrição tensa (Tension-Thick Description): Geertz, Benjamin e performance. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 56, n. 2, p. 291-320, 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/82470-Texto%20do%20artigo-113903-1-10-20140627.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2019.

DAWSEY, J. C.; *et al.* Dossiê antropologia e performance: apresentação. **Revista de Antropologia**. São Paulo: USP, v. 56, nº 2, p. 11-21, 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/82458-Texto%20do%20artigo-113881-1-10-20140627.pdf>. Acesso: 06 jun. 2022.

DELANDA, M. **A new philosophy of society**: assemblage theory and social complexity. London: Continuum, 2006. Disponível em: http://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/file/Manabeh/Manabeh03/Manuel_DeLanda_A_New_Philosophy.pdf. Acesso em: 05 jun. 2021.

DELEUZE, G. **Espinosa, filosofia prática**. São Paulo: Escuta, 2002. Disponível em: <https://conexoesclinicas.com.br/wp-content/uploads/2015/12/deleuze-g-espinosa-filosofia-pratica.pdf>. Acesso em: 06 set. 2021.

DELEUZE, G. **Cursos sobre Spinoza**. Fortaleza: Eduece, 2009. Disponível em: <http://clinicand.com/wp-content/uploads/2020/03/CURSO-SOBRE-SPINOZA.pdf>. Acesso em: 03 set. 2022.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. v. 1. Rio de Janeiro: Ed. 54, 1995. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6513185/mod_resource/content/1/Mil%20plato%CC%82s%20capitalismo%20e%20esquizofrenia%20Vol%201%20by%20Gilles%20Deleuze%20%28z-lib.org%29.pdf. Acesso: 12 set. 2021.

RESPOSTAS do Instituto ATÁ sobre registro da marca “Baunilha do Cerrado”. **De Olho nos Ruralistas – Observatório do agronegócio no Brasil**, 2019. Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/18/resposta-do-instituto-ata-sobre-registro-da-marca-baunilha-do-cerrado/>. Acesso: 08 jun. 2022.

DIAS, C. C. **O Movimento Slow Food no Brasil e a valorização dos biomas brasileiros**. 2018. Dissertação (Mestrado em Alimentação – Fontes, Culturas e Sociedade), Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2018. Disponível em:

https://eg.uc.pt/bitstream/10316/81900/1/CarolinaDias_Vers%C3%A3oFinal.pdf. Acesso em: 07 jun. 2022.

DIDI-HUBERMAN, G. S'inquiéter devant chaque image: entretien avec Georges Didi-Huberman. **Vacarme**, n. 37, 2006. p. 4-12. Disponível em: <https://vacarme.org/article1210.html>. Acesso: 12 ago. 2019.

DIDI-HUBERMAN, G. **Cascas**. São Paulo: Editora 34, 2017.

DIDI-HUBERMAN, G. **Ante el tiempo**: historia del arte y anacronismo de las imágenes. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2011. Disponível em: https://imagenesotras1.files.wordpress.com/2016/08/xtra_didi_hubermanante-el-tiempo.pdf. Acesso em: 12 set. 2021.

DINIZ, M. **Internet para os Kalungas**. Brasília: Associação Quilombola Kalunga, 2021. Disponível em: <https://quilombokalunga.org/press/internet-para-os-kalunga/>. Acesso em: 09 nov. 2021.

DOMINGUES, L. C. C.; *et al.* Análise da utilização do coco do babaçu na geração de energia: um estudo em três indústrias de Mato Grosso. *In*: ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE – ENGEMA, 19, São Paulo, 2017. **Anais** [...]. São Paulo: USP, 2017. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/516.pdf>. Acesso em: 27 maio 2022.

DOURADO, P. **Luz dura e luz difusa**: entenda a diferença. São Paulo: Instituto de Cinema, 2021. Disponível em: <https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/luz-dura-e-luz-difusa-entenda-a-diferenca#:~:text=A%20luz%20dura%20recebe%20esse,tipo%20de%20ilumina%C3%A7%C3%A3o%2C%20por%20exemplo>. Acesso em: 06 dez. 2021.

DUBOIS, P. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5008422/mod_resource/content/1/Dubois%2C%20Philippe%20-%20Cinema%2C%20video%2C%20Godard%20%282004%29.pdf. Acesso em: 24 jul. 2021.

ESTEVES, G. **Guazuma in lista de espécies da flora do Brasil**. Rio de Janeiro: Jardim Botânico, 2015. Disponível em: <http://floradobrasil.jbrj.gov.br/jabot/floradobrasil/FB9065>. Acesso em: 20 fev. 2022.

EVANGELISTA-DIAS, J. **Cadeia produtiva do óleo de gueroba (*Syagrus oleracea*): geração de renda para agricultores familiares e promoção da agrobiodiversidade**. 2012. Dissertação (Mestrado em Agronomia) - Faculdade de Ciências Agrônômicas, Universidade Estadual Paulista, Botucatu, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/93571>. Acesso em: 08 out. 2021.

EVANGELISTA-DIAS, J. **Arranjos produtivos locais**: APLs de produtos da sociobiodiversidade. Relatório de consultoria Projeto BRA/08/12 - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Brasília: Secretaria de Extrativismo e Desenvolvimento Rural/Ministério do Meio Ambiente, 2016. (mimeo).

EVANGELISTA-DIAS, J. **Corpo-Território mulher Kalunga**. Cavalcante: Articulação Pacari Raizeiras do Cerrado, 2019. Disponível em: https://www.mulheres-e-territorios.com/_files/ugd/b507c9_1c6ea823ecd4420fae5008aac91a26a9.pdf. Acesso em: 31 mai. 2022.

EVANGELISTA-DIAS, J. **Corpo-Território mulher Kalunga**. 19 jul. 2021. (8min43s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X4alKh4Cre4&t=8s>. Acesso em: 31 mai. 2022.

FABIÃO, E. Performance e teatro: poéticas e políticas da cena contemporânea. **Sala Preta**, n. 8, p. 235-246, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-3867.v8i0p235-246>. Acesso: 03 jun. 2022.

FACUNDO, R. **Expedição Kalungas: Cerrado no Prato**. 14 jun. 2019a. (1min). Disponível em: <https://vimeo.com/342283946>. Acesso: 09 jun. 2022.

FACUNDO, R. **Biodiversidade no prato**. 14 jun. 2019b. (1min39s). Disponível em: <https://vimeo.com/342277600>. Acesso: 09 jun. 2022.

FACUNDO, R. **Expedição Kalungas: Vão das Almas (GO)**. 05 ago. 2019c. (3min40s). Disponível em: <https://vimeo.com/351985245>. Acesso: 09 jun. 2022.

FREITAS, G.; SILVEIRA, S. F. R. Programa “Luz para Todos”: uma representação da teoria do programa por meio do modelo lógico. **Planejamento e Políticas Públicas**, n. 45, 2015. p. 177-198. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/6532/6/PPP_n45_Programa.pdf. Acesso em: 26 ago. 2022.

FUNDAÇÃO CULTURAL PALMARES. Relatório de identificação e reconhecimento territorial das comunidades Kalungas. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 13 ago. 1998. Seção 1, n. 154, p. 91-93. Disponível em: <https://acervo.socioambiental.org/sites/default/files/documents/03D00108.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2022.

GIBSON, J. J. **The ecological approach to visual perception**. New York, London: Psychology Press, 2015. Disponível em: <https://yzhu.io/courses/core/reading/02.gibson.pdf>. Acesso: 09 dez. 2021.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

GIL, B. **Do fruto para o banho, sabonete Kalunga**. 17 abr. 2019. (13min42s). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10077025/>. Acesso: 10 jun. 2022.

GODINHO, T. M. **O lugar da mulher no quilombo Kalunga**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais – Antropologia), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/3940/1/Tereza%20Martins%20Godinho.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2022.

GOIÁS. Governo do Estado. **Lei Nº 11.409, de 21 de janeiro de 1991**. Dispõe sobre o sítio histórico e patrimônio cultural que especifica. Goiânia, GO, 1991. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/lei_11.409-91.pdf. Acesso em: 10 mai. 2022.

GOIÁS. Governo do Estado. **Lei Complementar Nº 19, de 05 de janeiro de 1996**. Dispõe sobre sítio histórico e patrimônio cultural que especifica. Goiânia, 1996. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/Lei_complementar_kalunga.pdf. Acesso em: 10 mai. 2022.

GUATTARI, F. **As três ecologias**. 21. ed. Tradução de Maria Cristina Bittencourt. Campinas: Papirus, 2011.

HAESBAERT, R. Território e multiterritorialidade: um debate. **GEOgraphia**, Niterói, v. 9, n. 17, p. 19-45, 2007. Disponível: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13531/8731>. Acesso em: 03 mar. 2022.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

HANCIAU, N. J. Entre-lugar. *In*: FIGUEIREDO, E. **Conceitos de literatura e cultura**. Juiz de Fora: Editora UFJF/Niterói: EdUFF, 2005, p. 125-141. Disponível em: <http://www.eduff.uff.br/ebooks/Conceitos-de-literatura-e-cultura.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

HARAWAY, D. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 5, p. 07-41, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1773>. Acesso em: 02 ago. 2022.

INGOLD, T. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 18, n. 37, p. 25-44, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/JRMDwSmzv4Cm9m9fTbLSBMs/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 08 mar. 2022.

INGOLD, T. **Estar vivo**: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição. Petropolis: Vozes, 2015.

INGOLD, T. **Being alive**: essays on movement, knowledge and description. New York: Routledge, 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/Timingold-being-alive.pdf>. Acesso em: 05 set. 2018.

INSTITUTO ATÁ. **Informe sobre o projeto baunilha do Cerrado**. São Paulo: Instituto ATÁ, 2022. Disponível em: <https://www.institutoata.org.br/pt-br/projeto-baunilha-do-cerrado.php>. Acesso em: 07 jun. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Produção da extração vegetal e da silvicultura (PEVS)**. IBGE, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9105-producao-da-extracao-vegetal-e-da-silvicultura.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 01 ago. 2019.

INSTITUTO SOCIOAMBIENTAL - ISA. **Terra indígena Avá-canoeiro**. Brasília: ISA, 2022. Disponível em: <https://terrasindigenas.org.br/pt-br/terras-indigenas/3607>. Acesso em 18 mai. 2022.

INSTITUTO SOCIEDADE, POPULAÇÃO E NATUREZA - ISPN. **Memorando de acordo**: Projeto BRA/SGP/OP5/FSP/STAR/13/06. Brasília: ISPN, 2014. (mimeo).

INSTITUTO SOCIEDADE, POPULAÇÃO E NATUREZA - ISPN. **Relatório de monitoramento final**: Projeto BRA/SGP/OP5/FSP/STAR/13/06. Brasília: Instituto Sociedade, População e Natureza, 2017. (mimeo).

JACQUES, A. P. C. **Aqui tem Cerrado no prato**: receitas para uso e valorização da sociobiodiversidade do Cerrado na gastronomia. Brasília: Comida Pra Pensar, 2018. Disponível em: https://img1.wsimg.com/blobby/go/5f81eac4-e207-480c-8eac-24407986422f/downloads/1ctct57t4_166685.pdf?ver=1605569380135. Acesso: 09 jun. 2022.

JACQUES, A. P. C. **Do mato ao prato**: potencialidades dos produtos da sociobiodiversidade do Cerrado no contexto da nova gastronomia brasileira. 2020. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) – Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Sustentável, Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/40258>. Acesso em: 07 jun. 2022.

KALUNGA, L. **Modo de ser e viver quilombola**: 5ª Oficina: modo de ser e viver quilombola (com Lucilene Kalunga). 03 dez. 2021. (1h14min19s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QXM2doHdTdE>. Acesso: 10 jun. 2022.

KARASCH, M. C. Os quilombos do ouro na capitania de Goiás. *In*: REIS, J. J.; GOMES, F. S. **Liberdade por um fio**: história dos quilombos no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 240-262.

KNORR-CETINA, K. Objectual practice. *In*: SCHATZKI, T.; *et al.* (ed.). **The practice turn in contemporary theory**. Londres; Nova York:Routledge, 2001. p. 75-88.

LEFEBVRE, H. **La producción del espacio**. Madrid: Capitán Swing, 2013.

LIMA, P. V. M.; BRITO, R. M. Quando o olhar sociológico busca um povo invisibilizado: a questão indígena e a produção musical de Milton Nascimento. **Revistas Ensaios**: Extensões: Dossiê Pierre Bourdieu”, v. 2, n. 5, p. 35-50, 2011. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ensaios/article/view/37145/21621>. Acesso em: 17 mai. 2022.

LIPPARD, L. R. **Six Years**: the dematerialization of the art object. London: University of California Press, 1973.

LISPECTOR, C. **A paixão segundo G. H.** 5. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1977.

LONDRES, F. Saúde integral e medicina tradicional. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE AGROECOLOGIA - ENA, 4, Belo Horizonte, 2018. **Anais** [...]. Belo Horizonte: Articulação Nacional de Agroecologia – ANA, 2021. Disponível em: https://enagroecologia.org.br/wp-content/uploads/2021/09/CADERNO_5_final_baixa.pdf. Acesso: 09 jun. 2022.

LONG, N. **Development sociology: actor perspectives**. Londres: Routledge, 2001.

LONG, N. **Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada em el ator**. London, New York: Routledge, 2007.

LONG, N.; PLOEG, J. D. Heterogeneity, actor and structure: towards a reconstitution of the concept of structure. *In*: BOOTH, D. (ed). **Rethinking social development theory, research and practice**. Harlow: Longman Group Ltd, 1994, p. 62-90.

MAKUTA, G. **Biodiversidade, Arca do Gosto e Fortalezas Slow Food: um guia para entender o que são, como se relacionam com o que comemos e como podemos apoiá-las**. São Paulo: Associação Slow Food do Brasil, 2018. Disponível em: https://slowfoodbrasil.org/wp-content/uploads/2018/02/slowfoodbrasil.com_documentos_slowfood-publicacao.pdf. Acesso: 09 jun. 2022.

MARINHO, T. A. **Identidade e Territorialidade entre os Kalunga do Vão do Moleque**. 2008. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/thais_identidade.pdf. Acesso em: 12 fev. 2022.

MARINHO, T. A. **Subjetividade, identidade e as redes de consumo Kalunga**. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13544/1/2013_ThaisAlvesMarinho.pdf. Acesso em: 21 mai. 2022.

MARTINS, R. C. **A Família Arecaceae (Palmae) no Estado de Goiás: florística e etnobotânica**. 2012. Tese (Doutorado em Botânica) – Instituto de Ciências Biológicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/12165>. Acesso em: 02 dez. 2021.

MATOS, F.; *et al.* **Acesso à terra, território e recursos naturais: a luta das quebradeiras de coco babaçu**. Rio de Janeiro: Actionaid, MIQCB, 2015.

MENDONÇA, A. **Baunilha do Cerrado**. 16 dez. 2019. (6min24s). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10097715/>. Acesso em: 07 jun. 2022.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. Disponível em: https://monoskop.org/images/0/07/Merleau_Ponty_Maurice_Fenomenologia_da_percep%C3%A7%C3%A3o_1999.pdf. Acesso em: 08 jun. 2021.

MERLEAU-PONTY, M. **O visível e o invisível**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1992.

MILANO, S.; *et al.* **As Fortalezas Slow Food: como criar uma Fortaleza, estabelecer relações com os produtores, organizar as atividades do projeto**. Cuneo: Fundação Slow Food, 2013. Disponível em: https://slowfoodbrasil.org/wp-content/uploads/2013/11/slowfoodbrasil.com_documentos_slowfood-livreto-fortalezas.pdf. Acesso: 09 jun. 2022.

MONTEIRO, E. P. **Kalungas e bovino curraleiro pé-duro**: contribuições da pesquisa social. 2013. Tese (Doutorado em Ciência Animal) – Escola de Veterinária e Zootecnia, Universidade Federal de Goiás, 2013. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/133/o/tese_elias_Kalunga.pdf. Acesso em: 10 jan. 2022.

MOREIRA, M. **Avá-Canoeiro**: a teia do povo invisível. Parte 1. 04 set. 2020. (19min54s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yiIxEVL0hNg&t=847s>. Acesso: 18 maio 2022.

MOUFFE, C. Quais espaços públicos para práticas de arte crítica? *In: Arte & Ensaios*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 180-199, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/ae/article/view/20752/11908>. Acesso em: 05 abr. 2022

MOURA, E. P. **50 anos luz, câmera e ação**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MOVIMENTO INTERESTADUAL DAS QUEBRADEIRAS DE COCO BABAÇU - MIQCB. **Sobre nós**. São Luís: MIQCB, 2021. Disponível em: <https://www.miqcb.org/sobrenos>. Acesso em: 09 out. 2021.

MULTIPLICA. **A Farmácia do Mato**: Calixto e Fiota Kalunga. 16 abr. 2015. (4min14s). Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=gSp2kqIET0E>. Acesso: 10 jun. 2022.

NEIVA, A.C.G.R.; *et al.* Indicação geográfica na conservação e agregação de valor ao gado Curraleiro da comunidade Kalunga. **Archivos de Zootecnia**, Córdoba, v. 60, n. 231, p. 357-360, 2011. Disponível em: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-05922011000300010. Acesso em: 24 jan. 2022.

NETA RODRIGUES, A. M. **Mulher negra quilombola do Vão de Almas: ancestralidade e resistência**. 2021. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/11825/3/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Aurelina%20Marinho%20Rodrigues%20Neta%20-%202021.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2022.

NOLETO, R. S. Antropologia e performance: ensaios na pedra. **Ponto Urbe**, São Paulo, n. 16, p. 01-07, 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/pontourbe-2714.pdf>. Acesso em: 06 jul. 2022.

OLIVEIRA, E. **Romaria do Vão de Almas fortalecida**. Porangatu: Diário do Norte Online, 2011. Disponível em: <https://www.jornaldiariodonorte.com.br/noticias/romaria-do-vao-de-almas-fortalecida-6919>. Acesso em 30 nov. 2021.

OLIVEIRA, D.; CREPALDI, P. **Comunidade Kalunga receberá investimentos para beneficiar baunilha do Cerrado**. Brasília: Fundação Banco do Brasil, 2016. Disponível em: <https://www.fbb.org.br/pt-br/ra/conteudo/comunidade-kalunga-recebera-investimentos-para-beneficiamento-da-baunilha-do-cerrado>. Acesso em: 07 jun. 2022.

PAES, C. F. **Para se proteger de ameaças, maior quilombo do país, o Kalunga, mapeia território em Goiás**. De Olho nos Ruralistas, 2019. Disponível em:

<https://deolhonosruralistas.com.br/2019/06/18/para-se-proteger-de-ameacas-maior-quilombo-do-pais-o-kalunga-mapeia-territorio-em-goias/>. Acesso em: 09 nov. 2021.

PAES, C. de F. **Alex Atala registra marcas de baunilha do Cerrado, alimento tradicional dos quilombolas**. De Olho nos Ruralistas – Observatório do agronegócio no Brasil, 2019. Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2019/07/17/instituto-de-alex-atala-registra-marcas-da-baunilha-do-cerrado-alimento-tradicional-dos-quilombolas/>. Acesso: 08 jun. 2022.

PALMEIRO, B. **Tribo Avá-canoeiro**: a história de um povo invisível nas matas do país. 17 set. 2012. (20min23s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=T9hSRn2UuF4>. Acesso em: 18 mai. 2022.

PAREDES, J. **Hilando Fino**: desde el feminismo comunitário. 2. ed. Oxaca: Cooperativa El Rebozo, 2014. Disponível em: <https://sjlatinoamerica.files.wordpress.com/2013/06/paredes-julieta-hilando-fino-desde-el-feminismo-comunitario.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2021.

PAULO, P. P. **Kalunga, maior território quilombola do país, preserva o Cerrado em Goiás**. 05 dez. 2019. (6min40s). Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/video/kalunga-maior-territorio-quilombola-do-pais-preserva-o-cerrado-em-goias-7938243.ghtml>. Acesso: 10 jun. 2022.

PEDROSO, D. M. R. **O povo invisível**: a história dos Ava-Canoeiros nos séculos XVIII e XX. Goiânia: UCG, 1994. Disponível em: http://etnolingustica.wdfiles.com/local--files/biblio%3Apedroso-1994-povo/Pedroso_1994_OPovoInvisivel.pdf. Acesso em: 18 mai. 2022.

PIRES, A.; MATOS, J. **Fiota a Kalunga de 10 profissões**. 02 fev. 2017. (9min13s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cqgtIXqa97I>. Acesso: 09 jun. 2022.

PORTAL CARAJÁS. **Atividade extrativista do babaçu é ameaçada pela indústria de cerâmica no PA**. Parauapebas: Portal Carajás Jornal. 2018. Disponível em: <https://carajasojournal.com.br/noticias/diversos/item/9745-atividade-extrativista-do-babacu-e-ameacada-pela-industria-ceramica-no-pa.html>. Acesso em: 27 mai. 2022.

PUC GOIÁS. **Cotia** (*Dasyprocta azarae*). Goiânia: Museu Virtual de Biodiversidade do Cerrado Professor José Hidassi, 2022. Disponível em: http://www2.pucgoias.edu.br/hidasi/home/animalDetalhes.asp?id_Animal=37. Acesso em: 17 fev. 2022.

PYE, D. **Nature and aesthetics of design**. London: Herbert Press, 1978.

RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2005.

RANCIÈRE, J. **O inconsciente estético**. São Paulo: Editora 34, 2009.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RAFHAELA, J.; PACHECO, K. **O silêncio atrás da serra**. AzMina, 2020. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/o-silencio-atras-da-serra/>. Acesso em: 27 fev. 2022.

TERRITÓRIO Kalunga é reconhecido pelo Programa Ambiental da ONU como primeiro TICCA do Brasil. Brasília: Rede Cerrado, 2021. Disponível em: <https://redecerrado.org.br/territorio-kalunga-e-reconhecido-pelo-programa-ambiental-da-onu-como-primeiro-ticca-do-brasil/>. Acesso em: 19 mai. 2022.

RÊGO, J. L.; ANDRADE, M. P. História de mulheres: breve comentário sobre o território e a identidade das quebradeiras de coco babaçu no Maranhão. *In: Agrária*, São Paulo, n. 3. p. 47-57, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/agraria/article/view/87/86>. Acesso em: 05 jun. 2021.

RIBEIRO, D. **Lugar de fala**. Feminismos Plurais. São Paulo: Editora Jandaíra, 2020.

RIVERA CUSICANQUI, S. R. **Un mundo ch'ixi es posible**: ensayos sobre un presente en crisis. Buenos Aires: Tinta Limón, 2018.

RIVERA CUSICANQUI, S. R. **Temos que produzir pensamento a partir do cotidiano**. Entrevistadora: Kattalin Barber. Bolívia: Agência de Notícias Anarquistas - ANA, 08 mar. 2019. Disponível em: <https://noticiasanarquistas.noblogs.org/post/2019/03/08/bolivia-silvia-rivera-cusicanqui-temos-que-produzir-pensamento-a-partir-do-cotidiano/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

RODRIGUES, P. de M. **Avá-canoeiro**: povos indígenas no Brasil. Brasília: Instituto Socioambiental, 2022. Disponível em: <https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Av%C3%A1-Canoeiro>. Acesso em: 17 mai. 2022.

ROLLO Di X. **O que é a profundidade de campo e como posso controla-la na minha câmera**. Lisboa: Instituto Português de Fotografia, 2018. Disponível em: <https://ipf.pt/site/o-que-e-profundidade-de-campo-e-como-posso-controla-la/>. Acesso em: 01 mar. 2022.

ROSA, J. G. Cara-de-Bronze. *In: ROSA, J. G. No Urubuquaquá, no Pinhém*. 4. ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1969, p. 73-130.

ROSA, W. S. **Rezas, rezadeiras e juventude na comunidade Vão de Almas, Cavalcante – GO**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educação do Campo) – Faculdade UnB de Planaltina, Planaltina, 2013. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/7320/1/2013_WaderleiaDosSantosRosa.pdf. Acesso: 18 mai. 2022.

ROSSINI, M. S. O cinema e a história: ênfases e linguagens. *In: PESAVENTO, S. J.; et al. Narrativas, imagens e práticas sociais*: percursos em história cultural. Porto Alegre: Asterisco, 2009, p. 123-147.

SACK, R. O significado de territorialidade. *In: DIAS, L. C.; FERRARI, M. (org.)*. **Territorialidades humanas e redes sociais**. 2. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2013, p. 63-89.

SALES, J. C.; *et al.* Os créditos de carbono e a indústria cerâmica no Ceará. *In: Congresso Brasileiro de Cerâmica*, 55, Porto de Galinhas, 2011. **Anais [...]**. São Paulo: ABCERAM, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/55881/1/2011_eve_jcsales.pdf. Acesso em: 27 mai. 2022.

SANTIAGO, S. **Vale quanto pesa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

SANTILLI, M. A. **Estórias africanas**. São Paulo: Ática, 1985.

SCAFF, T. **Qual é a diferença entre realidade aumentada, virtual e mista?** São Paulo: Meio & Mensagem, 2020. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/arquivo/how-to/2020/08/27/qual-e-a-diferenca-entre-realidade-aumentada-virtual-e-mista.html?gclid=Cj0KCQiAj4ecBhD3ARIsAM4Q_jEYvJeJXBVvocJl_hfDSd4XereqR2RspTgJps5CG1s96Zy5dTcK1sAaAr43EALw_wcB. Acesso em: 30 set. 2022.

SCHATZKI, T. R. Introduction: practice theory. *In*: SCHATZKI, T. R.; *et al.* (org.). **The practice turn in contemporary theory**. London: Routledge, 2001. p. 1-14.

SCHMID, C. “A teoria da produção do espaço em Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. **GeoUSP**, São Paulo, n. 32, p. 89-109, 2012.

SCHUTZ, A. **The problem of social reality**. Haia: Martinus Nijhoff., 1962.

SILVA, M. J. **Quilombos no Brasil Central: violência e resistência escrava**. Goiânia: Kelps, 2003.

SILVA, C. T. **Cativando Maira: a sobrevivência Avá-canoeiro no Alto Rio Tocantins**. 2005. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2005. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/1568/1/2006_CristhianTeofiloSilva.pdf. Acesso em: 18 mai. 2022.

SILVA, P. X. **Fortalezas Slow Food: uma análise institucionalista**. 2019. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/214449>. Acesso em: 07 jun. 2022.

SIQUEIRA, T. T. **Do tempo da sussa ao tempo do forró, música, festa e memória entre os Kalunga de Teresina de Goiás**. 2006. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/3496>. Acesso em: 23 ago. 2022.

SIVELLI, P. C.; EVANGELISTA-DIAS, J. (org.). **Arranjos produtivos locais: APLs de produtos da sociobiodiversidade**. Brasília: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente, 2017. Disponível em: [file:///C:/Users/Cliente/Downloads/arranjos%20produtivos%20locais%202017%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cliente/Downloads/arranjos%20produtivos%20locais%202017%20(1).pdf). Acesso em: 09 out. 2021.

SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

VOCÊ buscou por “babaçu”: 8 resultados encontrados. Brighton: The Body Shop, 2019b. Disponível em: <https://www.thebodyshop.com.br/busca?q=%C3%B3leo+de+baba%C3%A7u>. Acesso em: 24 jul. 2019.

TITO, F. **Fotos:** Vão de Almas e a vila quilombola ‘fantasma’ no meio da Chapada dos Veadeiros. São Paulo: Portal de Notícias G1, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/desafio-natureza/noticia/2019/11/08/fotos-vao-de-almas-e-a-vila-quilombola-fantasma-no-meio-da-chapada-dos-veadeiros.ghtml>. Acesso em: 15 dez. 2021.

TRÊS LUAS. **Feira da agricultura familiar:** CAT Alto Paraíso de Goiás. 18 jan. 2020a. (16min21s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oFSB6V7PU2Q>. Acesso: 09 jun. 2022.

TRÊS LUAS. **Quintal Raízes:** Deuzami “Fiota Kalunga”. 26 jun. 2020b. (3min14s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KYBaGoGiw2k>. Acesso: 09 jun. 2022.

TRÊS LUAS. **Fiota Kalunga raizeira:** Vão de Almas, Cavalcante. 28 jul. 2020c. (9min6s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=s_KsI57tZFE&t=1s. Acesso: 09 jun. 2022.

UNO, K. **A gênese de um corpo desconhecido**. 2. ed. São Paulo: n-1 edições, 2012.

VIEIRA, H. Notas insistentes para o futuro ou imaginação em tempos de crise. *In:* D’ANGELO, R. H.; D’ANGELO, F. H. **23ª Mostra de Cinema de Tiradentes**. Belo Horizonte: Universo Produção, 2020. p. 08-09.

VIVEIROS DE CASTRO, E. O Nativo Relativo. **Mana**, Rio de Janeiro, n. 8, p. 113-148, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/ZcqxxhqhZk9936mxW5GRrhq/?lang=pt#ModalDownloads>. Acesso em: 08 ago. 2022.

VOZES DE MESTRES. **Fiota Kalunga**. 01 set. 2021. (1min22seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PdqGtlSu3g>. Acesso: 10 jun. 2022.

ZOCCHI, D. M. **Arca do Gosto no Brasil:** alimentos, conhecimentos e histórias do patrimônio gastronômico. Cuneo: Slow Food Editore, 2017. Disponível em: https://www.fondazione Slow Food.com/wp-content/uploads/2017/10/ADG_Brasil_digital_b.pdf. Acesso: 07 jun. 2022.

WAGNER, J. **Projeto de Lei nº 880, de 2021**. Institui a Política Nacional de Promoção da Alimentação e dos Produtos da Sociobiodiversidade de Povos e Comunidades Tradicionais e dá outras providências. Brasília: Senado Federal, 2021. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8940147&ts=1624913692000&disposition=inline>. Acesso em: 01 jun. 2022.

APÊNDICE A – PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE NO ÂMBITO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS

O termo “produtos da sociobiodiversidade” surge, em 2009, no cenário das políticas públicas, com o lançamento do Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade (PNPSB), que é instituído por meio da Portaria Interministerial MDA, MDS e MMA nº239 de 21 de julho de 2009. O PNPSB define que “Produtos da Sociobiodiversidade são bens e serviços (produtos finais, matérias primas ou benefícios) gerados a partir de recursos da biodiversidade, voltados à formação de cadeias produtivas de interesse de povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares, que promovam a manutenção e valorização de suas práticas e saberes, e assegurem os direitos decorrentes, gerando renda e promovendo a melhoria de sua qualidade de vida e do ambiente em que vivem.” (BRASIL, 2009).

O PNPSB foi elaborado no contexto da internalização do conceito de sustentabilidade pelo Estado Brasileiro, que se intensifica após a realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, em 1992, conhecida por Eco 92. Nesse processo, em 1998, o Brasil torna-se signatário da Convenção da Diversidade Biológica (CDB), aprovada pelo Congresso Nacional por meio do Decreto Legislativo nº 02, de 03 de fevereiro de 1994, e promulgada pelo Decreto Nº 2.519, de 16 de março de 1998 (BRASIL, 1998). A partir desse acordo internacional, em 2002, aprova-se a Política Nacional de Biodiversidade e, em 2007, a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável de Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT). Essas duas políticas nacionais pautam, entre outras questões, ações governamentais para a conservação da biodiversidade, o uso sustentável dos recursos naturais e a inclusão sócio produtiva de povos e comunidades tradicionais. O conceito de “Povos e Comunidades Tradicionais” pela PNPCT é definido como grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL, 2007).

É com o propósito de implementar o uso sustentável da biodiversidade e a inclusão produtiva de povos e comunidades tradicionais que o Ministério do Meio Ambiente coordena a elaboração do PNPSB, tendo como foco principal a “agregação de valor e consolidação de mercados sustentáveis” para os recursos da biodiversidade (BRASIL, 2010). Aqui, se destacam três dados que sustentaram, naquele momento, a implementação do PNPSB – 20 % da biodiversidade do planeta abrigada no Brasil; a existência de 5,2 milhões de pessoas consideradas povos e comunidades tradicionais e agricultores familiares e, pelo menos, 231 povos indígenas; e por último, a pouca visibilidade e o pequeno espaço ocupado na economia formal pela produção extrativista não madeireira, na ordem de 0,48 % da produção primária nacional (BRASI, 2007).

A elaboração do PSPNB envolveu aproximadamente 800 pessoas, principalmente representantes de organizações sociais de povos e comunidades tradicionais, que participaram de sete seminários por biomas e um seminário nacional. Nessa mesma perspectiva de consulta, também foi realizado um seminário com o setor empresarial e representantes do governo. Assim, a mobilização para a elaboração do plano envolveu diversos órgãos de governo, setor empresarial, instituições de pesquisa, universidades, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG), Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), ONGs, organizações locais de povos e comunidade tradicionais (associações e cooperativas), entre outros. Esses atores se organizaram para uma gestão compartilhada e descentralizada do plano, quando foi formado um Grupo de Coordenação Nacional, câmeras setoriais por cadeias prioritárias (castanha-do-brasil e babaçu) e câmeras estaduais para a sua implementação (BRASIL, 2009).

Vale destacar ainda, que o PNPSB ao objetivar a criação de mercados sustentáveis, contou com a participação efetiva da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), na perspectiva de oportunizar o acesso das organizações locais dos povos e comunidades tradicionais ao mercado institucional, principalmente ao Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) e ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), além da criação da Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade (PGPM-Bio) (BRASIL, 2010).

A implementação do PNPSB, que contava com seis eixos de ação e cento e trinta duas atividades prioritárias (BRASIL, 2009), a partir de 2011, começa a perder força política e recursos econômicos, sendo que, em 2016, o plano foi incorporado, por meio da Portaria Interministerial nº 01/2016, ao II Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO), como “eixo da sociobiodiversidade” (BRASIL, 2016).

No cenário de baixo investimento econômico do governo federal para a implementação do PNPSB, destacam-se os acordos de subvenção que o Ministério do Meio Ambiente firmou, em 2012, com oito organizações da sociedade civil para o fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais (APLs) da Sociobiodiversidade, nas regiões Sudeste, Nordeste e Norte. Os referidos acordos de subvenção foram firmados entre a Secretaria de Extrativismo e Desenvolvimento Rural Sustentável (SEDR/MMA), em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O valor desses acordos girou em torno de R\$ 100.000,00 à R\$ 250.000,00 por organização apoiada (EVANGELISTA-DIAS, 2016). Esse apoio visou ampliar o diálogo e a articulação dos atores sociais que participavam dos APLs, bem como formar capacidades para o acesso de organizações locais a políticas públicas relacionadas à comercialização de produtos da sociobiodiversidade, especialmente a PGPM-Bio, o PNAE e o PAA (BRASIL, 2017).

A avaliação desses convênios foi realizada por meio de visitas de campo a 27 (vinte e sete) organizações locais, o que proporcionou a identificação dos principais potenciais e desafios para o desenvolvimento das cadeias dos seguintes produtos da sociobiodiversidade: açaí, babaçu, andiroba, pequi, macaúba, licuri, buriti, castanha-do-brasil, copaíba e piaçaba. (BRASIL, 2017). Esse diagnóstico reforçou o quanto os produtos da sociobiodiversidade são invisíveis para o desenvolvimento rural, destacando-se o envolvimento de 400.000 (quatrocentos mil) mulheres quebraadeiras de coco na produção de amêndoas e carvão do coco babaçu nos estados do Maranhão, Tocantins, Pará e Piauí; 500.000 (quinhentos mil) famílias na coleta do açaí nos estados do Pará, Amazonas e Amapá, sendo essa atividade responsável por 60 % da renda total das famílias (ano base 2015); a demanda de toneladas do fruto de pequi pelo Ceasa da cidade de Goiânia (GO), sendo que para atender essa demanda, apenas o município de Japonvar, na região do Norte de Minas Gerais, contabiliza 500 caminhões carregados de pequi por safra, que saem do município, sem nota fiscal, todos os anos; e assim por diante em relação aos outros produtos, principalmente, em razão da subnotificação da produção extrativista, tanto por órgãos de governos municipais e estaduais, quanto pelo IBGE. O IBGE produz informações estatísticas sobre quantidade e valor da produção decorrentes dos processos de exploração dos recursos vegetais nativos e dos maciços florestais plantados, tendo como unidade de coleta o município. O relatório de informações é denominado por Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura (PEVS) (IBGE,2019).

O diagnóstico identificou ainda como principais gargalos para o desenvolvimento das cadeias produtivas: a falta de acesso dos povos e comunidades tradicionais aos territórios e à biodiversidade, principalmente pela expansão do agronegócio e a implantação de grandes projetos de desenvolvimento como mineração e hidrelétricas; a dificuldade de logística de armazenamento e transporte da produção para o mercado consumidor, o que acarreta alto custo de produção; a dificuldade de obtenção de capital de giro pelas organizações locais para o pagamento do extrativista no momento da venda de sua produção; a dificuldade de atender a exigências sanitárias, tributárias e trabalhistas para a regularização da produção, que em muitos casos, não são condizentes com a realidade sócio econômica e cultural das comunidades; e por último, o desconhecimento dos produtos da sociobiodiversidade pelo consumidor em geral e a resistência da inclusão desses produtos na merenda escolar dos municípios (BRASIL, 2017).

Em 2019, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) instituiu, por meio da Portaria Nº 121, o Programa Bioeconomia Brasil – Sociobiodiversidade, com o objetivo de promover a articulação de diversos setores (governos, agricultores familiares, povos e comunidades tradicionais e empresas) para a promoção e estruturação de sistemas produtivos baseados no uso sustentável dos recursos naturais e na utilização de energia de fontes renováveis (BRASIL, 2019a). O conceito de Bioeconomia publicizado pelo MAPA considera “atividades econômicas que envolvem o uso dos recursos naturais de forma sustentável e inovadora que possibilite promover o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da população, com geração de renda” (BRASIL, 2019b).

O programa do MAPA é genérico, sendo sua elaboração restrita a uma página, que descreve objetivos sem maiores informações de metas, atividades, órgãos responsáveis pela implementação, prazos e orçamento. Os objetivos previstos abordam, principalmente, a estruturação de cadeias produtivas do extrativismo com ênfase no bioma Amazônia; a produção de plantas medicinais, aromáticas, condimentares, azeites e chás especiais; roteiros da biodiversidade (a descrição desse objetivo não permite compreender efetivamente o que se pretende alcançar); conservação da agrobiodiversidade e reconhecimento de sistemas agrícolas tradicionais; e por último, a promoção da geração e aproveitamento econômico e produtivo das fontes de energias renováveis.

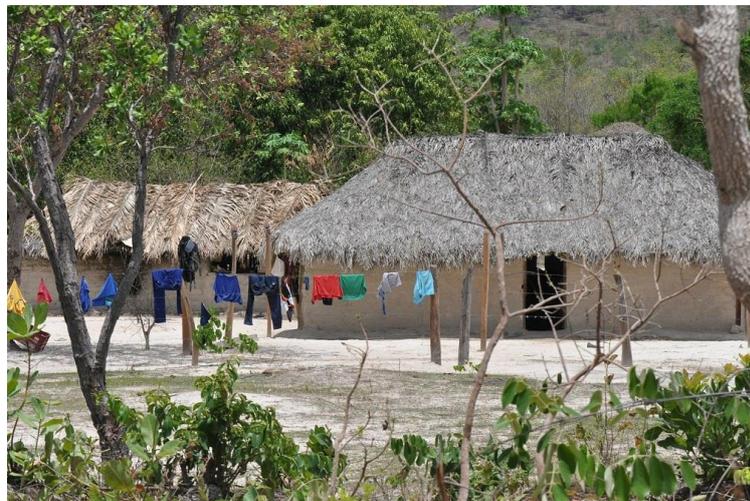
No âmbito do poder legislativo, está em tramitação no Congresso Nacional dois projetos de lei que tratam dos produtos da sociobiodiversidade. O projeto de Lei Nº 6079 de 2019, de autoria do deputado federal Camilo Capiberipe, do Partido Socialista Brasileiro do Amapá (PSB/AP), é voltado para a área de atuação da Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM) (CAPIBERIPE, 2019). Este projeto cria a Política Nacional de Incentivo ao Agroextrativismo Familiar na Amazônia, tendo como objetivos principais, entre outros: fomentar a produção agropecuária, extrativista, aquícola, pesqueira, florestal, turística, artesanal e demais atividades rurais desenvolvidas por famílias agroextrativistas; capacitar as famílias agroextrativistas para a gestão e o manejo sustentável dos recursos naturais; promover a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico e industrial para o aproveitamento econômico sustentável dos recursos naturais; facilitar o acesso das famílias agroextrativistas, suas associações e cooperativas, ao crédito para o financiamento de todas as etapas do ciclo produtivo; promover a regularização sanitária e os registros de produtos alimentícios agroextrativistas destinados ao comércio; divulgar os benefícios socioambientais do consumo de produtos agroextrativistas familiares da Amazônia; e estabelecer parcerias e acordos de cooperação com governos locais, sociedade civil, empresas, órgãos e organismos internacionais com vistas à promoção do desenvolvimento rural sustentável da Amazônia (CAPIBERIPE, 2019).

Já o Projeto de Lei Nº 880, de 2021, de autoria do senador Jaques Wagner, do Partido dos Trabalhadores da Bahia (PT/BA), tem abrangência nacional e institui a Política Nacional de Promoção da Alimentação e dos Produtos da Sociobiodiversidade de Povos e Comunidades Tradicionais (WAGNER, 2021). Esta Política prevê, entre outros objetivos, o acesso a mercados para produtos da sociobiodiversidade por organizações econômicas de povos e comunidades tradicionais; pesquisa sobre gestão de sistemas produtivos da sociobiodiversidade; ações de educação contextualizada que promovam os sistemas produtivos da sociobiodiversidade; intercâmbios de experiências; crédito, assistência técnica e extensão rural voltados para os sistemas produtivos da sociobiodiversidade; implantação de um Sistema Nacional de Informações de Produtos da Agrobiodiversidade dos Povos e Comunidades Tradicionais (SINPA-PCT) (WAGNER, 2021).

APÊNDICE B – VÍDEOS COM O PROTAGONISMO DA MULHER KALUNGA

1. **Mestres e Aprendizes Fiota Kalunga.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=73OB1O7oAss&t=314s>;
2. **Corpo-Território Mulher Kalunga.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X4alKh4Cre4&t=13s>;
3. **Quintal Raízes: Deuzami – “Fiota Kalunga”.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=KYBaGoGiw2k>;
4. **Sementes Crioulas.** Disponível: <https://www.facebook.com/redepousoalto/videos/sementes-kalungas/330572261489126/>;
5. **Fiota a Kalunga de 10 profissões:** <https://www.youtube.com/watch?v=cqgtIXqa97I>;
6. **Deusamir da Conceição (Fiota) Produtora Quilombola.** Disponível: <https://ar-ar.facebook.com/encontrokalunga/posts/nossa-querida-fiota/1674801932569645/>;
7. **Expedição Kalungas – Vão de Almas (GO).** Disponível: <https://vimeo.com/351985245>;
8. **Fiota Kalunga Raizeira.** Disponível: https://www.youtube.com/watch?v=s_KsI57tZFE&t=1s;
9. **Chá de conhecimento – Fiota – Sucupira.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=nypD-OVQtpU>;
10. **Fiota Kalunga.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=PdqGtllSu3g>;
11. **Vakinha para Fiota.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=yuTroVo0QkM>;
12. **Fiota e as especiarias do Cerrado.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=ov10XDIYkvU>;
13. **A Farmácia do Mato com Calixto e Fiota.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=gSp2kqIET0E>;
14. **ATA Horta Kalunga.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=k73YwKXNdZI>;
15. **Modo de Ser e Viver Quilombola.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=QXM2doHdTdE>;
16. **Kalunga, maior território quilombola do país, preserva o Cerrado em Goiás.** Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/video/kalunga-maior-territorio-quilombola-do-pais-preserva-o-cerrado-em-goias-7938243.ghtml>;
17. **Do fruto para o banho, sabonete Kalunga.** Disponível: <https://globoplay.globo.com/v/10077025/>;
18. **Baunilha do Cerrado.** Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10097715/>;
19. **Vivência Kalunga na Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=phjPG7TgTno>;
20. **Alimento Kalunga.** Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=5Pu6pH-smDM>;

APÊNDICE C – IMAGENS TERRITÓRIO QUILOMBOLA KALUNGA



APÊNDICE D – IMAGENS PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE





APÊNDICE E – IMAGENS MODO DE VIDA KALUNGA



APÊNDICE F – IMAGENS PRODUTOS MÃE DE ÓLEOS KALUNGA

