

COMIDA: UMA CATEGORIA BOA PARA PENSAR E ENSINAR

Marianna de Alencar e Souza Ibrahim¹
Marco Antônio Ferreira de Moraes²

RESUMO

O presente trabalho oferece um breve panorama sobre as possibilidades analíticas do estudo da antropologia da alimentação. Muito além do simples ato de comer, a alimentação tem significativos desdobramentos no tecido social. A comida é também uma ferramenta de construção da subjetividade e da identidade de grupos, paralelamente, é também uma ferramenta de linguagem e demarcador social. Dessa forma, o objetivo do presente trabalho foi levantar algumas das principais questões referentes à antropologia da alimentação, além de desenvolver alguns questionamentos que fomentem o descolamento do pensamento cartesiano. Da mesma forma objetivou-se demonstrar como essa abordagem é fundamental para o ensino da gastronomia nas instituições acadêmicas.

Palavras-chave: Gastronomia. Antropologia. Alimentação. Cultura. Identidade

Abstract

The present paper offers a brief scenario regarding the possibilities of anthropology about food. Beyond the simple action of nourishing, food has important meanings to the social gathering. Food is an important tool for the subjective being and identity of social groups. Similarly is also a language tool as a social mark. The present work raises a few questions in order to foment the narrowing thinking regarding food. In the same manner it shows how this approach is fundamental to gastronomy teaching process .

Key words: Gastronomy. Anthropology. Food. Culture. Identity

1 INTRODUÇÃO

¹Docente do Curso de Gastronomia do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF.
E-mail: mariannasouza@cesjf.br

²Docente do Curso de Gastronomia do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora. Email:
marcomorais.ello@gmail.com

A gastronomia como um conjunto de hábitos e comportamentos alimentares de um determinado grupo social, pode ser considerada uma prática a qual deve ir além do simples ato de nutricional, ou seja, é preciso validar o estudo da gastronomia como um campo autônomo de conhecimento e não como epifenômeno de realidades maiores. Essa proposta configura-se como uma ferramenta de estudo, para compreensão da alimentação e suas interfaces simbólicas e institucionais. Ao apresentar conceitos antropológicos, formar-se á o campo propício para o entendimento da dimensão cultural da alimentação.

Que a alimentação é imprescindível para a manutenção da vida todos sabem. No entanto, assim como hoje compreendemos os vários espectros que a vida em sociedade assume, é fundamental, como estudantes e pesquisadores das ciências sociais, incorporarmos a alimentação como elemento balizador da cultura, ou seja, a vida em sociedade não é composta apenas pela vida física, ou orgânica. A manutenção de uma vida permeada de relações sociais é igualmente importante para a retenção do indivíduo em sociedade. É a partir dessa lógica que o alimento, a comida, a gastronomia, não podem ser examinados sob a ótica primária da funcionalidade. A alimentação é um fenômeno sociocultural historicamente forjado e continuamente modelado pela cultura.

A gente não quer só comida. Pensar que comemos pela simples sobrevivência é, no mínimo, ingenuidade. Comemos também para manter a complexa engrenagem social funcionando.

O ato de comer envolve seleção e refuta, essas, por sua vez, são resultados de um modelo, de um sistema de vida coletivas que cria e determina quais são os elementos que devem, ou não, ser considerados próprios para o consumo. Mais ainda, esse sistema complexo de orientações, se configura como um sofisticado modelo de linguagem, no qual, os alimentos são os signos a serem decodificados pelos interlocutores.

Dessa forma, o ensino da gastronomia não pode mais se assentar simplesmente sobre técnicas de cocção e preparo de insumos. O que dizem as receitas, para além do sabor e da harmonia?

Nortear os discentes sobre essas possibilidades é tão importante quanto ensiná-los sobre cortes, preparos, composições etc. É preciso desnudar a alimentação do cartesianismo e imergir os discentes em um mundo de simbologias e significados que estão atrelados à comida.

A alimentação é uma categoria fundamental para se pensar, a comida é um elemento identitário, seus processos de produção, distribuição e consumo nos dizem muito sobre quem somos e para onde vamos. A colher, poder (e por que não?) irmã da pena.

2 COMIDA: UMA CATEGORIA BOA PARA PENSAR

Pensar a comida pra além de suas funcionalidades nutricionais tem sido um grande desafio para estudiosos que tentam conferir à gastronomia autoridade acadêmica.

Nesse sentido, é fundamental partirmos de uma contribuição teórica, a qual sedimenta o campo intelectual para o exercício de se pensar a alimentação como uma complexa rede de símbolos e significados os quais, ao serem selecionados para integrar o conjunto de produtos alimentícios de um determinado grupo social, transformam matéria prima bruta em alimento social.

É a partir desse cenário que a proposta elaborada pelo antropólogo estruturalista francês Lévi-Strauss em *O Cru e o Cozido* (2002) se faz imprescindível. Para o autor, os alimentos são importantes ferramentas de compreensão da subjetividade humana. Para além dos componentes orgânicos, todo alimento é composto por categorias sociais e simbólicas, seu consumo serve para que possamos pensar sobre a realidade que nos cerca, ou seja, a comida é uma forma de linguagem, ela tem função comunicativa e semiótica. Assim, todos os processos que envolvem desde a produção até a cocção de insumos estão imersos em uma complexa solução de significados

coletivos que enviam, a todo o momento, mensagens que serão decodificadas por aqueles que fazem parte do grupo. Parafraseando o pensamento de Bourdieu, é preciso dispor de capital gastronômico para acessar a gastronomia.

Muito embora haja substanciosos apontamentos para que se faça essa reflexão, o estudo da alimentação a partir de um viés antropológico ainda é sistematicamente reduzido e secundário.

A partir da década de 50, vemos alguns registros referentes a esse modelo de pesquisa, como Charles Wagley (1953), Nogueira (1968), Cândido (1971), Da Matta (1983) entre outros. No entanto, os estudos referentes à alimentação ainda sim faziam parte de um movimento pendular, ora sendo objetos quantitativos de análises econômicas, sanitárias e sociais instrumentalizadas para o mapeamento de realidades sócio-econômicas, ora como elementos integrantes da pesquisa de culturas primitivas e exotizadas, ou seja, o modelo alimentar como indicativo de peculiaridade, como descolamento das culturas ocidentais complexas.

Dessa forma, o desafio se encontra em realizarmos uma antropologia da alimentação nossa, um esforço exegético a partir dos nossos próprios modelos, hábitos, seleções e exclusões de ingredientes. É preciso assim, nos enxergarmos como nativos, realizarmos uma simetria metodológica para que possamos, a partir do nosso consumo alimentar, entendermos nossos complexos padrões de comportamento e relacionamento.

Utilizar a metodologia antropológica para estudarmos a alimentação, é fazermos um exercício de auto-reflexão e desbravar um campo ainda muito imerso na obscuridade do cartesianismo da comida.

2.1 A COMIDA: LINGUAGEM, SÍMBOLOS E SIGNIFICADOS

Ao partirmos da ideia de que o alimento tem uma carga simbólica coletiva, é possível inferirmos que depositamos significativa racionalidade à seleção, prescrição e exclusão de insumos, ou seja, o alimento é um corpo

revestido de valor. Este, por sua vez, é criado a partir das relações sociais e materiais em sociedade, estipulando assim, um relativismo cultural em relação aos alimentos dentro dos mais variados grupos e classes. Nesse sentido, o alimento pode ser compreendido, não apenas como uma ferramenta de linguagem, mas também como um demarcador de posição.

(Nesse ponto, é possível observarmos a valiosa contribuição de Bourdieu, o qual encara o consumo (aqui podemos incluir o consumo de alimentos) como um lugar de diferenciação e distinção entre classes (BOURDIEU, 2007).

Para Bourdieu, formação do gosto é uma construção que se dá ao longo do tempo, às custas de investimentos culturais como idas a museus, concertos, leituras frequentes e outras práticas que tenham como base a mesma sofisticação. A consolidação desses hábitos moldam os homens para se relacionarem de forma polida com o mundo, transpondo a primitividade dos impulsos da carne. O bom gosto é um código sob o qual os indivíduos possuidores dele podem, verdadeiramente, fruir e fazer escolhas pertinentes ao mundo no qual estão inseridos (LIMA, 2008, p. 82).

Nesse sentido, o consumo é uma forma de comunicação, na qual é possível estabelecer uma hierarquização dos bens e conseqüentemente de seus consumidores. Mais uma vez tem-se que, no topo da pirâmide, estão aqueles que consomem bens de bom gosto, na base, estão aqueles que consomem bens de mau gosto.

No topo, estão aqueles com uma

percepção artística que se impõe hoje em dia como legítima, ou seja, a disposição estética como capacidade de considerar em si mesmas e por elas mesmas, na sua forma e em sua função, não somente as obras designadas para uma tal apreensão, que dizer, as obras de arte legítimas, mas todas as coisas do mundo, sejam obras culturais que ainda não são consagradas [...] ou os objetos naturais (BOURDIEU, 2007 p. 3 *apud* LIMA 2008, p. 84).

Como posteriormente corroborado por Canclini,

Nas sociedades contemporâneas boa parte da racionalidade das relações sociais se constrói[...] pela disputa em relação à apropriação dos meios de distinção simbólica. Há uma coerência entre os lugares onde os membros de uma classe e até de uma fração de classe se alimentam, estudam, habitam, passam as férias, naquilo que lêem e desfrutam, em como se informam e no que transmitem aos outros (CANCLINI, 2008, p. 62).

Para Bourdieu o capital cultural não é apenas uma questão de conhecimento teórico abstrato, mas a competência simbólica necessária para apreciar obras de arte e até de antiarte. Dentro desse pensamento, a alimentação é parte mais do que integrante. O consumo, categoria abstrata em Bourdieu, ganha contornos específicos ao validarmos o consumo gastronômico e seus elementos, consumir gastronomia é uma ação que tem como pré-requisito a disposição de um capital cultural específico, ou seja, como item simbólico e cognitivo, o consumo de elementos alimentícios pode ser interpretado como uma ferramenta de distinção e demarcação social.

Pensar o modelo alimentar para além do ato de comer, é repensar nosso sistema de organização, é repensar nossas instituições, modelos e identidades (coletivas e individuais). A comida pode ser uma categoria utilizada para analisarmos *status*, tempo, família...

Rial (1993) ressaltou a especificidade da culinária do *fastfood* na divulgação de novas formas de se alimentar, na redefinição dos espaços das refeições e do seu tempo, junto com a modificação da própria estrutura da alimentação. No passado, a alimentação se demarcava geográfica, temporal e simbolicamente, e as ocorrências alimentares separavam o tempo, estimulando a sociabilidade familiar, ou interrompiam a jornada de trabalho, marcando a comida os momentos cotidianos e não-cotidianos. As formas de alimentação no mundo moderno e as mudanças nas práticas alimentares movem-se pela demarcação de novo espaços e velocidade. Apesar disso, elas não são imediatamente percebidas.(CANESQUI, 2005, p 41).

A comida ganha assim, uma nova perspectiva, ela integra e reverbera os aspectos do tempo e do espaço. Ela faz parte da fruição desses, ou seja, o consumo de determinados insumos e produtos fazem parte de uma lógica de

ação específica. Por sua vez, como atividade intensamente orgânica e metamórfica, nos conduz para um constante processo de resignificação.

Insumos, ingredientes e receitas são resultados diretos de um modo de vida estruturado pelo e para o consumo.

Nesse ponto é válido inserir na discussão a obra *O luxo eterno* (2005) dos autores Gilles Lipovetsky e Elyette Roux.

Na referida obra, particularmente na primeira parte do texto de Lipovetsky, nos é apresentado de que forma “os produtos de luxo progressivamente desceram à rua e o inacessível se tornou acessível quando o luxo enveredou pelo caminho inédito da democratização de massa” (p.15).

De forma objetiva, o autor constrói uma perspectiva histórica sociológica que acompanha desde o nascimento do luxo até a “mídiação” dos produtos, marcas e serviços que atualmente promove duas ações simultâneas: de um lado *desmistifica e banaliza o acesso ao luxo*, e por outro, reproduz sistematicamente *o poder de sonho e de atração pelas políticas de preço e imagem*.

Assim, para Lipovetsky vivemos um período quando impera o *direito* às superficialidades. Estabelecemos relações de afeto com os símbolos de prestígio, essa mudança, possibilita

reconsiderar o sentido social e individual dos consumos dispendiosos, bem como o papel tradicionalmente estruturante das estratégias distintivas e dos afrontamentos simbólicos entre os grupos sociais (LIPOVETSKY; ROUX. 2005, p. 16).

O luxo e a moda invadem os programas de televisão e a internet [...] o luxo parecia envelhecido, agora aparece absolutamente moderno [...] (LIPOVETSKY; ROUX. 2005, p. 17).

Dessa forma, o que estamos comendo? Por que estamos comendo? Onde estamos comendo? Com quem estamos comendo? Quando estamos comendo? O quanto estamos comendo? Todos esses questionamentos, embora, aparentemente tenham respostas objetivas, possuem

desdobramentos muito mais complexos do que a rasura de um pensamento cartesiano pode suportar.

A alimentação e seus desdobramentos, como a gastronomia, são modelos significativos de comportamento em sociedade. A comida, disse a antropóloga Maciel:

não é apenas boa para comer, mas também boa para pensar. Pensar em comida é pensar em simbolismo, pois ao comermos, além de ingerirmos nutrientes (que permitem a sobrevivência), ingerimos também símbolos, idéias, imagens e sonhos (que permitem uma vivência). (MACIEL, 1996 p.8)

3 METODOLOGIA

Para que a proposta de discussão referente à antropologia da alimentação pudesse ser desenvolvida, optamos pela seleção de bibliografias de autores e temas relativos às pesquisas contemporâneas sobre o desenvolvimento do comportamento alimentar em sociedade.

Paralelamente, os discentes foram estimulados a refletir e interpretar os textos selecionados e, posteriormente, a partir de técnicas de redação, os mesmos foram demandados a criar textos que demonstrasse suas capacidades de raciocínio e síntese.

No entanto, para que os discentes pudessem operar o conceito inicial de metodologia antropológica, foi trabalhado o texto da antropóloga Bela Feldman Bianco, *Antropologia das sociedades contemporâneas* (1987)

A organização de textos compostos pela a autora Bela Feldman-Bianco tem como objetivo, em suas próprias palavras “fornecer subsídios para pesquisadores interessados em utilizar abordagens antropológicas em suas investigações sobre problemas pertinentes à sociedades contemporâneas”. A proposta da autora se desenvolve com o objetivo de auxiliar as pesquisas de campo. A obra fornece instrumentais que contribuem para a formação de uma pesquisa mais refinada, oferecendo possibilidades de observações e

questionamentos a serem colocados em situações específicas. Sobretudo, nos é apresentado a possibilidade de incluirmos a história e dados documentais nas análises das diversas realidade encontradas em campo.

A seleção textual feita para a composição de tal obra, inicialmente, nos leva a trilhar um caminho histórico das metodologias antropológicas utilizadas em campo, até quando essas vão de encontro as dificuldades impostas pela sua utilização tradicional, baseada em uma abordagem funcional estruturalista e posteriormente, alternativas que possibilitem uma pesquisa mais integrada a realidades mais complexas e contemporâneas.

Inicialmente, nos é relatado a deficiência teórica existente, em particular, da antropologia brasileira, que, ainda se apoia em análises de representações simbólicas, que por sua vez, se constituem como “transcrições” provenientes de relatos verbais fornecidos por informantes e que, após reunidos, servem para traduzir “visões de mundo” particulares de um determinado grupo ou indivíduos.

Posteriormente a problematização dessa metodologia, nos é oferecido uma alternativa metodológica, denominada “teoria da ação”. Essa se baseia em um exercício de observação mais detalhado do comportamento concreto dentro da realidade estudada para que, a partir desse refinamento analítico a realidade local possa ser, de certa forma, reconstruída e traduzida.

Ao seguir o método proposto pela “teoria da ação”, o pesquisador concebe o individuo estudado como um ator social, já sob a perspectiva das análises das representações, o sujeito é tido como um informante. Essa última, encobre perigos metodológicos latentes, mesmo que os estudiosos se dediquem a anotar suas observações, sempre existe o risco de se confundirem sobre o que é o conteúdo extraído de suas indagações e o que é oriundo de suas análises de campo. A consequência da adoção de tal prática metodológica pode resultar em uma contradição de “visões de mundo”, além de equívocos referentes ao comportamento concreto do grupo e do indivíduo em situações específicas.

Por outro lado, encontra-se na “teoria da ação” uma proposta unificadora. A agregação de outros instrumentais, capazes de fornecer uma visão mais detalhada é aqui largamente valorizada. O projeto microssociológico que engloba “dados provenientes da indagação e da observação a partir de sequências de eventos que focalizam gente, tempo e lugar”, possibilitaram a construção de uma metodologia integradora que reúne em sua estrutura ação e representação, unindo assim, “história e dados documentais à análise antropológica de processos sociais”.

Ainda que detentora de um caráter integrador, a “teoria da ação” ainda esbarra em algumas limitações e perigos. A “regra de recusa disciplinar de transpor o campo dos outros” ignora os estudos feitos por outras disciplinas sobre assuntos semelhantes, ou até mesmo, estudos com objetos em comum. Essa limitação, acaba por formar barreira artificiais, deixando de incluir perspectivas teóricas mais amplas e interdisciplinares.

Entretanto, é válido observar que o movimento feito no processo de operação das pesquisas, se abriu, e de certa forma, possibilitou o estudo de temas contemporâneos, inerentes à sociedades extremamente complexas, a partir de uma microssociologia, presente tanto na estrutura quanto na organização social.

A utilização dessa nova abordagem propiciou a desnaturalização de práticas, costumes, conceitos e culturas, revelando particularidades de sociedades tidas como “exóticas”, permitindo assim, não só uma análise mais detalhada da diversidade de fatos que abrangem os indivíduos, as localidades e suas peculiaridades, mas também permitindo uma compreensão mais ampla das categorias que formam essas sociedades complexas, ou melhor, nossa sociedade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que a cadeia de *fast food* norte americana Mc Donald's vende? Comida! Essa seria a resposta mais óbvia. Hambúrgueres, talvez, para os mais específicos.

No entanto, nenhuma dessas duas respostas se faz suficiente. Comida, hambúrgueres, esses são produtos diretos de um processo, de um modelo muito mais complexo e profundo, que está preenchido por significados que são, na realidade, reflexos de um modelo de vida.

Entender nosso comportamento alimentar mediante seus desdobramentos instrumentais, já não se faz suficiente. Negar a óbvia e maciça presença da comida nos mais variados ambientes da coletividade, da representação e da simbologia, não é algo que hoje, estudantes e pesquisadores sociais podem fazer.

Nesse sentido, o presente estudo buscou, por meio dos conceitos contemporâneos acerca da antropologia clássica e seus desdobramentos mais recentes, como a antropologia da alimentação, embasar academicamente o discente sobre as categorias simbólicas que tangenciam o campo da alimentação, bem como fornecer um rico manancial teórico referente aos aspectos sócio - culturais dos processos e comportamentos alimentares distintos.

Com resultados alcançados por meio da utilização de instrumentos de argumentação para uma reflexão e criação de debates interdisciplinares sobre a conjuntura alimentar, espera-se incentivar a promoção de medidas e ferramentas de intervenção nos mais variados cenários, sobretudo, a partir da noção balizadora que aloca a gastronomia como campo autônomo do pensamento.

Dessa forma, ao retomarmos o questionamento inicial (o que o Mc Donald's vende?) foi possível ao grupo, alocar, em um segundo plano as repostas mais objetivas. O Mc Donald's vende assim, segurança, padrão, agilidade, conforto e comida. Pensar esses elementos como prioritários é o caminho para pensarmos a alimentação, é o caminho para entendermos como



IV SEMINÁRIO DE EXTENSÃO E PESQUISA

05 A 07 DE NOVEMBRO DE 2018



a gastronomia se configura, quais são suas possibilidades. É o caminho para uma docência comprometida com a excelência e com a formação de profissionais qualificados e atuantes.

REFERÊNCIAS

Lévi-Strauss C. **O cru e o cozido**. São Paulo, CosacNaify, 2004. 442 p.(Mitológicas, 1).

Feldman-Bianco, Bela. *A antropologia das sociedades contemporâneas*. São Paulo, Global, 1987.

BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (Org.) **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

CANESQUI, Ana Maria (org.) **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. / organizado por Ana Maria Canesqui e Rosa Wanda Diez Garcia. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

OLIVEIRA Lima, Diana Nogueira de. **Sujeitos e Objetos de sucesso**. Antropologia do Brasil Emergente. Rio de Janeiro: Garamont/Faperj, 2008.

_____. **Consumo: uma perspectiva antropológica**. Petrópolis: Vozes, 2010.