

Bom para os olhos, bom para o estômago: o espetáculo contemporâneo da alimentação

*Denise Bernuzzi de Sant'Anna**

Resumo: O texto trata de algumas transformações históricas do espetáculo contemporâneo da alimentação. A partir de fontes impressas, pretende-se detectar as implicações da globalização de determinados padrões visuais da comida, da cozinha e do corpo. Trata-se de perceber as mutações nas sensibilidades que fomentam a criação de novos prazeres e riscos ou então de intolerâncias que, até a década de 1950, tendiam a fazer parte dos hábitos considerados saudáveis para o corpo e para a alma.

Palavras-chave: Comida, história, corpo.

Abstract: The text discusses some historical transformations in the contemporary display of food. Based on printed sources, the intention is to detect the implications of the globalization in determining visual patterns for food, for cooking and for the body. It is about the perception of the mutations in the sensitivity that foster the creation of new pleasures and risks or even intolerances that, until the 50s, tended to be a part of habits considered healthy for the body and for the soul.

Key-words: Food, history, body.

“Bom para os olhos, bom para o estômago”, velho adágio incessantemente explicitado pelos meios de comunicação de massa contemporâneos. Basta abrir uma revista de grande circulação para encontrar imagens de frutas, legumes entre outros alimentos “que dão água na boca”. Massas, carnes e doces aparecem diariamente na publicidade de diferentes produtos exalando um frescor quase sobre-natural e a radiante promessa de mais saúde e prazer.

De fato, a alimentação é hoje um apetitoso espetáculo visual globalizado. Longe de se restringir aos espaços de uma minoria de abastados, ou de cozinhas regionais específicas (como a conhecida beleza da apresentação dos pratos japoneses, por exemplo, transformada em clichê da culinária ocidental nos anos 90), esse espetáculo é mostrado com desenvoltura em revistas, programas de televisão e *out-doors*. Sua popularização transforma alimentos de épocas e civilizações distin-

* Professora de História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).
dbsat@uol.com.br

tas em “fenômenos decorativos” para o consumo global. No limite, qualquer prato e todos os alimentos “podem e devem” ser um regalo para os olhos. Nessas circunstâncias, tal como um rosto, a comida deve ser deliciosamente fotogênica.

No entanto, a proliferação de extraordinárias fotos mostrando pratos (por vezes ordinários) com molhos e temperos diversos, vem sendo acompanhada pela multiplicação das problematizações sobre “o ato de comer” e a qualidade ou o risco dos produtos alimentares. Desde as duas últimas décadas, uma gama variada de profissionais vêm-se dedicando a este assunto: de esteticistas a esportistas, passando por médicos, nutricionistas, psicólogos e terapeutas, a comida se tornou um importante foco de perturbações e estudos. Ou seja, nossa época é aquela de uma visibilidade pública inusitada, não somente das imagens da comida, mas, sobretudo, do tema “alimentação”.

Alimentação equilibrada, alimentação natural, alimentação consciente... as identificações variam tanto quanto os produtos e os seus significados. Mesmo para aqueles que buscam emagrecer, não faltam receitas conjugando dieta com bem-estar, prescrições de regime intimamente associadas ao prazer de comer, enquanto que, em vários restaurantes e lanchonetes, os *menus* específicos para a aquisição da boa forma deixaram de ser considerados extravagâncias de uma minoria para funcionar como uma exigência de massa. Há muito sabemos que “somos o que comemos”. Mas, atualmente, somos levados a jamais esquecer que podemos ser tudo o que queremos, desde que as mudanças alimentares em voga façam parte da nossa rotina. Ou seja, por meio da comida pode-se, por exemplo, mudar a aparência corporal, transformar o estado emocional e reinventar cotidianamente a própria subjetividade. Como se fosse possível aplicar a regra: “dizes o que comes e eu te direi quem és e o que serás”, ou seja, por meio do que é ingerido diariamente é possível modificar a intimidade de cada um.

Este poder atribuído à comida se faz presente de modo insistente nos conselhos sobre beleza e saúde da imprensa atual. Enquanto, nas décadas de 60 e 70, era a sexualidade que ocupava o lugar preferido para o conhecimento do próprio corpo, agora, a alimentação tende ganhar um destaque inédito, funcionando como um “índice identitário fundamental”. Por conseguinte, há muitos casos em que a comida é considerada (tal como o sexo) uma experiência que envolve grandes liberdades e prazeres, mas, também, muitas coações, proibições e tabus; afinal, se muitos já “transaram” às escondidas, hoje há uma enorme quantidade de pessoas que comem às escondidas. Segundo esse ponto de vista, comer uma barra de chocolate ou uma feijoada pode parecer uma transgressão às normas exigidas por uma alimentação julgada equilibrada.

Mas, tanto a “espetacularização” da comida, como a ampliação das preocupações em torno do ato de comer não poderiam deixar de ser acompanhadas por dois movimentos simultâneos: em primeiro lugar, há o fomento de uma nova intolerância diante das imagens de alimentos que, porventura, escapam dos ideais

de beleza, saúde, higiene e elegância hoje bem aceitos. Assim como ocorre com o rosto, a intensa fotogenia dos pratos cria o seu “outro”. Ela provoca a emergência de aversões até então desconhecidas, sugerindo diferenças entre classes e culturas. Já o segundo movimento é aquele de um aumento expressivo da necessidade de saber o significado médico de cada fruta, legume, cereal ou de cada prato preparado: calorias, proteínas, lipídios e outros componentes – que no passado recente faziam parte exclusivamente da linguagem científica – hoje florescem em várias conversas, entre idosos e crianças, na mídia e fora dela. Comer uma costela de porco, por exemplo, muitos já sabem, equivale a adquirir doses consideráveis do mau colesterol; laranja e acerola são ricas em vitamina C, banana tem potássio e cada prato de comida pode ser concebido segundo um equilíbrio entre sais minerais, vitaminas e proteínas. O espetáculo da comida é igualmente aquele dos elementos químicos. Ele indica a impressionante entrada de conceitos científicos na linguagem corrente e no imaginário leigo.

Mas a “espetacularização” da comida também faz parte de algo muito mais amplo: trata-se da transformação do corpo em assunto prioritário e urgente, o que inclui o agravamento, tanto das preocupações com a saúde, quanto dos investimentos médicos e industriais destinados a “recriar esse corpo” cotidianamente, segundo a combinação, nem sempre harmoniosa, entre os padrões da moda e as flutuações dos desejos, necessidades e sonhos pessoais.

Cozinha *fashion*

A aliança entre alimentação, saúde e bem-estar atualiza-se ao sabor de novas liberdades e exigências. A necessidade crescente de produzir não apenas o “visual” da comida mas, também, aquele dos locais destinados à alimentação é uma dessas exigências que adquire em nossos dias um incontestável valor de mercado. Não se trata de pensar apenas que não é qualquer comida que pode ser mostrada e fotografada. Trata-se de estipular que todo tipo de alimento pode e deve ser mostrado, desde que ele seja concebido para tanto. A fotogenia dos pratos e alimentos equivale, nesse caso, à exigência de uma nova “produção visual” dos espaços nos quais ocorre a experiência alimentar.

Essa exigência foi historicamente construída. O acúmulo de matérias sobre decoração nas revistas femininas, desde a segunda metade dos anos 50, exemplifica o quanto a cozinha, por exemplo, foi progressivamente se atrelando às oscilações da moda. A partir da Segunda Grande Guerra, ela deixou de ser tratada como um espaço doméstico secundário¹. A “dona-de-casa moderna” – diziam os conselhos destinados às leitoras de revistas tais como *Capricho*, *Querida* e, a seguir, *Cláudia*

1. Tratamos desse assunto em nosso doutorado *La recherche de la beauté*, Universidade de Paris VII, 1994.

– “não tem mais vergonha” de exibir sua cozinha: ela vai mostrar para as visitas sua geladeira, seu fogão, seu liquidificador, com a mesma elegância e desenvoltura que suas mãos exibiam o novo jogo de estofados na sala de visitas. Por isso, a cozinha começa a ser “produzida para ser vista” e não unicamente para ser utilizada. Diferente do passado recente – quando a cozinha era escura, abrigava um fogão a lenha e afugentava desconhecidos –, com o desenvolvimento urbano dos anos 50 e 60, a publicidade contribuiu para incluir a cozinha e a copa no “mundo *fashion*”, o que coincide, não por acaso, com o desaparecimento quase completo do avental: nas revistas femininas, a dona-de-casa moderna passa a ser mostrada, cada vez mais, sem avental, sugerindo uma confusão proposital entre trabalho e lazer. Diante de vários anúncios de produtos de limpeza, por exemplo, não sabemos mais se a dona-de-casa, mostrada sem avental, de saltos altos e maquiada, está trabalhando ou se divertindo.

Assiste-se ao banimento do avental, acompanhado, também, de uma nova intolerância diante das imagens das mãos sujas de pó ou terra, das faces inundadas de suor e de todas as marcas do trabalho doméstico ou de uma vida muito próxima do mundo rural. Não demorará muito, porém, para que a imagem do suor, por exemplo, seja reaproveitada em outra seara, dentro da qual ela aparece com um aspecto repleto de charme e sedução: trata-se da valorização das imagens relacionadas ao “esforço esportivo”. É quando o suor e outros indícios do trabalho corporal serão bem aceitos e, até mesmo, estimulados.

Mas, durante os conhecidos “anos dourados”, o esporte ainda era considerado uma prática minoritária e, dentro dela, a graça feminina se opunha francamente à força dos músculos masculinos. Recomendava-se à mulher a manutenção da “linha” – com ginásticas moderadas – e raramente a fabricação cotidiana da “boa forma”, com músculos e muita “malhação”. Entre o ideal da linha e o sonho da boa forma, assim como entre o glamour dos vestidos rabo-de-peixe e o *sex-appeal* dos novos jeans e camisetas esportivas, muita coisa iria mudar. Por isso, entre as imagens de mulheres com avental e aquelas em que o avental não está presente, há uma série de transformações sociais que extrapolam o universo doméstico e, sobretudo, aquelas das cozinhas. No entanto, o desaparecimento do avental nas imagens publicitárias ou o seu uso exclusivo pelas empregadas são testemunhos da difícil emancipação feminina que, há muito, naturaliza a associação entre a mulher e o papel exclusivo de ser mãe, esposa e dona-de-casa. Além disso, esse fenômeno aparentemente sem importância não deixa de testemunhar a emergência de um novo *marketing*. Segundo ele, é mais atraente comercialmente colocar na invisibilidade qualquer traço do esforço oriundo do trabalho doméstico, do que expô-lo publicamente.

Para este *marketing*, o irresistível charme do conforto deveria substituir o *glamour* dos antigos luxos proclamados na década anterior à Segunda Guerra. A mulher considerada moderna seria, portanto, uma moradora moderna que não hesitaria em trocar a “cinturita” pela ginástica, a máquina de costura pelas “roupas compra-

das prontas”, o trabalho doméstico pelo trabalho em escolas, escritórios, indústrias e lojas, o prato de arroz com feijão pelo sanduíche.

Os contos publicados na revista *Querida*, por exemplo, ilustram com primor esta tendência. Um deles conta as agonias de Mônica, uma mulher criada para ser boa esposa e mãe, mas que, num certo dia, começa a ter vergonha de si mesma: na verdade, desde que encontrou sua futura cunhada, Mônica se sentiu excessivamente “lenta, plácida e fértil”. A cunhada destoava dela: parecia lépida, ágil e “totalmente moderna”. Mônica deixou de ser feliz, dizia para si mesma: “pareço uma baleia” ... “ao lado da esbeltez dela eu era maciça”. Tal como a sua casa térrea, seus móveis escuros e austeros, Mônica se sentiu mais pesada e antiquada do que nunca. Diante da moderna cunhada dentro de seu moderno apartamento de cores claras e móveis leves, Mônica “não passava de uma ‘caipira’ ” (QUERIDA, 1957, p. 12).

Para as cariocas, morar em apartamentos na zona sul da cidade do Rio de Janeiro tornou-se um sonho comum entre as personagens dos contos do final dos anos 50. O personagem Júlio, de um outro conto da revista *Querida*, tenta reconquistar sua mulher lhe oferecendo um apartamento na zona sul e um carro (A ESQUIVA..., 1956, p. 16). Há também referências explícitas à cozinha julgada moderna, principalmente quando as diferenças de classe social são confrontadas. No conto “A mancha no meu nome”, a heroína, moça pobre e modesta, conhece um rapaz cujo lar possui uma cozinha considerada completamente “moderna”:

Eu tinha entrado naquela cozinha na véspera. Era limpinha e toda branca. Uma maravilha de fogão elétrico, onde bastava apertar um botão para se cozinhar. Havia água corrente, tal qual uma gravura de revista. Muito diferente da imundície de nossa cozinha com um fogão a lenha que enfumaçava tudo e fazia a gente chorar enquanto soprava a lenha verde ou molhada. Um inferno. (A MANCHA..., 1956, p. 56).

Desde o final dos anos 50, a cozinha passou a ser representada como sendo um lugar belo e funcional, confortável e prático. Os novos eletrodomésticos foram considerados fiéis aliados da “nova mulher”, uma prova de riqueza e refinamento. Nessa época, o consumidor brasileiro já havia aprendido que uma geladeira era feita para gelar alimentos e um liquidificador para triturá-los. A publicidade ocupou-se, então, em vender não apenas as funções dos eletrodomésticos, mas, também, a sua beleza e o conforto que proporcionam a seus usuários. Do mesmo modo, se os anúncios dos primeiros detergentes insistiam nas suas propriedades higiênicas, aqueles criados depois da década de 50 começaram a aparecer na publicidade, não unicamente por suas funções de limpeza, mas por outras qualidades antes pouco destacadas, tais como: o aroma (rivalizando com perfumes), a beleza das cores e o prazer que eles podem oferecer ao tato².

2. Nos anos 80, eles também vão vender a capacidade de serem biodegradáveis e de não provocarem asperezas nas mãos.

O *boom* dos eletrodomésticos, filhos da expansão do *american way of life* no Brasil e no mundo, falava em nome da conjugação entre trabalho e prazer. Os novos detergentes, que dispensavam o antigo sabão em pedra (ou colocava-o exclusivamente nas mãos das empregadas), confirmavam a voga da praticidade e do “limpar com menos força” louças, talheres e superfícies cada vez mais lisas e polidas. Não por acaso, viveríamos o surto do pirex, do azulejo até o teto, dos pisos esmaltados, das superfícies em “fórmica”, do plástico que “não guarda sujeira”, tudo “muito fácil de limpar”... o que, por conseguinte, supõe menos desculpas para deixar de fazê-lo. Pois a intolerância que se criou em torno do “esfregar com força” louças e móveis é paralela à aversão que determinou um modo “macio” de limpar um número maior de vezes. Espaços claros mostram mais a sujeira, pois neles ela tem menos chance de ficar acumulada. Esponjas e luvas de limpeza descartáveis começavam uma carreira de sucesso nessa época de crescente intolerância ao repouso da sujeira e à sua “memória” que denuncia o esforço doméstico. Esse esforço não carecia mais de nenhuma prova, sua exibição perdeu muito de seu antigo valor, sendo recoberta por uma vergonha até então rara.

A partir da década de 60, a voga da cozinha americana, combinada com eletrodomésticos esmaltados e coloridos, sugeria que o lugar dedicado à preparação dos alimentos seria, doravante, um espaço de charme e uma espécie de ostensório do poder aquisitivo de seus proprietários, assim como de seu bom gosto. Não por acaso, portanto, a publicidade começou a mostrar homens nas cozinhas, sem suas mulheres, o que contribuiu ainda mais para fornecer a esse espaço um valor social novo. Certamente não era junto a qualquer alimento que o sexo masculino confirmava a sua elegância e força: assim, por exemplo, se no começo dos anos 60, os “alimentos masculinos” que relacionavam o homem à culinária eram, em grande medida, a carne, as bebidas alcoólicas ou aquelas que hoje chamaríamos de energéticas e calóricas, tais como os antigos Ovomaltine e Toddy, mais tarde, tornou-se melhor mostrar homens comendo ou preparando pratos considerados frugais e leves, tais como saladas e peixes. Pois os alimentos, sendo híbridos de natureza e cultura, podem confirmar ou não a feminilidade e a masculinidade de quem os prepara e ingere.

A espetacular mobilidade da experiência alimentar

Enquanto a cozinha ingressava para dentro do terreno da moda, a alimentação tendia a ocupar, cada vez mais rapidamente, diversos espaços da casa e da rua. A partir dos anos 70, os locais reservados ao ato de comer ganharam uma mobilidade antes pouco usual para a maior parte da população: dentro de muitas moradias das classes médias, por exemplo, passou-se a almoçar na cozinha, na sala, diante da televisão... usando como assento cadeiras, bancos altos, almofadas poltronas, camas e sofás. Muitos comem sozinhos, ou com amigos e colegas de trabalho. Ao

mesmo tempo, o que se come varia enormemente: pode-se comer lanches ou pratos muito bem preparados, comidas outrora raras no País, apenas uma salada ou um churrasco feito na varanda de um apartamento. Por conseguinte, há modos de comer com referências fortemente étnicas, médicas, regionais, religiosas, todas elas passíveis de serem recodificadas em forma de grifes de prestígio ou em marcas populares.

Há que se ressaltar, também, que, para uma boa parte da população dos grandes centros urbanos, come-se fora de casa com uma frequência antes rara: homens, mulheres e crianças, de idades e classes sociais diversificadas, freqüentam lanchonetes, restaurantes e bares, aderem ao *fast food* e aos *self service*. Há, ainda, uma transformação na decisão sobre o quê comer: esta passou a ser, agora mais do que no passado, algo do domínio individual e não apenas submetido ao controle familiar. A imagem das refeições em que a dona-de-casa, esposa e mãe, fazia os pratos de seus filhos adolescentes ou adultos e também aquele de seu marido, dividindo a comida entre eles de acordo com as hierarquias habitualmente mantidas em cada família, vem cedendo espaço para uma nova cena, insistentemente divulgada pela publicidade: a comida deve e pode ser uma decisão pessoal e o prazer de fazer o próprio prato indica uma liberdade até então pouco comum, especialmente às mulheres e aos adolescentes. Os jovens em geral são estimulados, doravante, a conhecerem as delícias e as agruras da liberdade de escolher o quê, como, onde e quando comer.

Essa tendência contribui para que a comida também seja penetrada pelos fenômenos da moda. Não por acaso, a recomendação de que uma alimentação variada pode significar saúde e bem-estar não cessa de conquistar adeptos entre publicitários e industriais. Assim como as roupas, os lazeres, os trabalhos, a vida íntima e social, a comida tende a se tornar algo que deve oferecer diversidade, envolvendo receitas, restaurantes e produtos que entram e saem da moda. Neste cenário, torna-se uma virtude conhecer comidas de outros países, nem que esse conhecimento ocorra nos limites de uma praça de alimentação de um dos muitos *shoppings centers* brasileiros. Tal como as roupas, a comida é chamada a combinar com cada momento vivido, com cada tipo de disposição do espírito, com cada circunstância. Não pretende mais, portanto, ficar presa aos ditames das estações do ano, nem aos limites geográficos de cada região. Come-se um bom bacalhau português em muitos lugares distantes de Portugal, assim como, no Brasil, é possível encontrar uma feijoada *light*, vegetariana, ou tradicional, tanto no verão quanto no inverno. É possível almoçar *sashimi* e jantar uma *pizza* (que também pode ser feita com ingredientes os mais variados, incluindo abacaxi e atum.) Em alimentação, como em beleza, entre outros cuidados com o corpo, chegamos a uma época em que, especialmente para quem pertence aos setores médios e altos da sociedade, “tudo é possível”.

A proliferação dos restaurantes *self service* por quilo no Brasil, desde meados dos anos 80, também favoreceu uma mudança considerável nos hábitos alimenta-

res. Por exemplo, no lugar de ser servido, o cliente se serve de acordo com o que quer e com o que pode comer, compondo as refeições em função de suas escolhas e necessidades pessoais. Segundo uma pesquisa que atualmente realizamos sobre hábitos alimentares em grandes cidades brasileiras do sudeste, este tipo de restaurante é, para a maioria dos entrevistados, considerado “mais econômico”, contribuindo, inclusive, para “corrigir” antigos hábitos de desperdício, já que se paga somente o peso da comida colocada no prato. Mas, no restaurante por quilo, disseram muitos, existe a desvantagem de a comida ser “muito remexida”; certamente há muita variação, mas, também, pouca exclusividade.

A quantidade de comida disponível é um valor importante para os entrevistados. Ela indica abundância e, portanto, segurança e riqueza. Contudo, no restaurante por quilo, essa abundância pode, igualmente, relativizar, ou mesmo, apagar, os valores históricos e culturais relacionados a cada prato, a cada tempero ou produto alimentar. Ou seja, se a comida é ao mesmo tempo cultural e natural, quando comemos uma “moqueca com dendê” é, de certo modo, aquela Bahia presente no imaginário do consumidor que será acionada a cada garfada. Assim, seria o caso de perguntar se, em restaurantes que dispõem de pratos regionais diversos, as referências históricas e geográficas não tendem a ser preteridas em favor de outras, mais genéricas e universais, tais como os modelos científicos que classificam as comidas (independente de suas filiações geográficas, religiosas, históricas) de acordo com as quantidades de proteínas, vitaminas, minerais, etc. Por conseguinte, seria o caso, também, de supor a existência de uma grande diferença entre comer uma moqueca com dendê em Salvador e comê-la longe da Bahia e dos baianos, numa praça de alimentação de um *shopping* paulista, por exemplo.

No entanto, há resistências interessantes à globalização e à generalização dos pratos no Brasil. Ao indagar aos entrevistados qual prato eles consideravam essencialmente “brasileiro”, as respostas apresentaram um índice de variedade muito alto e poucos responderam feijoada ou arroz com feijão. Várias respostas referiram-se a pratos marcadamente regionais, que vão desde a buchada de bode até o sarapatel. Alguns, no entanto, mencionaram bife com batata frita. O que indica, de certo modo, o quanto a identidade nacional brasileira, principalmente quando ela passa pelo estômago, não é um processo coeso nem unificado.

Mais curioso ainda foi o resultado obtido com a pergunta: “a qual alimento você tem aversão?” Aqui, as respostas escaparam totalmente das referências médicas e das comidas consideradas universais ou “internacionais”, para recaírem sobre pratos e temperos bastante regionais. Esta tendência indica que é por meio das intolerâncias que encontramos mais facilmente a presença das comidas do sertão, do cerrado e de outras regiões ainda pouco exploradas pelo turismo no País. – comidas pouco *fashion*, raramente exportáveis, dificilmente suscetíveis de iniciarem uma carreira de grande mobilidade visual. O intolerável é sempre o lugar avesso à fotogenia, o ponto cego do totalitarismo midiático. Nas respostas dos

entrevistados, a intolerância repousava, sobretudo, nos alimentos mais específicos a determinadas regiões e que exigem, portanto, uma cozinha específica, um paladar específico... pelo menos por enquanto!

Comida: espaço de todos os riscos e prazeres

Comer é um ato de grande intimidade, algo que permite a penetração, no corpo, de elementos estrangeiros a ele, ou seja, a literal “incorporação” de uma parte do mundo externo. Por conseguinte, submeter-se a comer aquilo que provoca “nojo” implica incorporar, “fazer corpo com” uma diferença insuportável e, ainda, tornar o próprio corpo objeto de aversão. A comida caracteriza um corpo, o constitui e o modifica constantemente. As interpretações dessa ação da comida sobre o corpo variam de modo significativo ao longo da história e, o que é mais importante aqui, elas estão baseadas tanto em suposições objetivas quanto em definições e idéias subjetivas. Justamente por isso, muitas culturas consideram que alimentos leves fornecem leveza, enquanto que os pesados resultam em maior peso corporal. As crenças e valores culturais da comida dizem respeito ao visível e ao invisível: melancia com vinho é, para muitos brasileiros, uma combinação perigosa porque, segundo as explicações recolhidas em nossa pesquisa, mesmo sem nunca ter visto, “sabe-se” que, em contato com a melancia, o vinho talha e vários cristais são formados dentro do estômago. Alguns homens também acreditam em alimentos (como a genitália do boi) capazes de fornecer virilidade e vida longa a seus apreciadores. Comidas preparadas com o produto da caça a animais que vivem livremente – como pacas, cervos, capivaras – já significou, para a nobreza francesa, por exemplo, um modo de atestar a sua liberdade de agir sobre o mundo.

Há, portanto, não somente perigos e salvação pela comida, que são culturalmente construídos e transmitidos, mas, também, aversões resistentes à ciência e ao desenvolvimento técnico, perigos e preferências que são mantidos enquanto tais, mesmo quando não possuem sustentação científica: por exemplo, no Brasil, a famosa mistura de manga com leite, muitos ainda acreditam, é sinônimo de veneno. Por vezes, a dita sabedoria popular resiste bravamente às indicações técnicas e científicas que recomendam prazos de validade aos alimentos industrializados; uma velha maneira de pensar, segundo a qual “o que não mata engorda”, ainda persiste, mesmo quando aumentam os riscos contemporâneos de contaminação química alimentar. O consumidor, em grande medida, ainda lida com produtos industriais por meio de um imaginário pouco afeito às suas características. Alguns entrevistados de baixa renda, por exemplo, classificaram os enlatados em geral no grupo das “comidas fracas”: tanto servem para regimes, como representam um risco à sustentação do corpo, pois, segundo eles, esse tipo de alimento foi submetido a um processo de manipulação industrial que comprometeu gravemente suas potências naturais. Por isso mesmo, pensam os entrevistados, esse tipo de comida faz menos

bem que as demais. Todavia, eles também acreditam que, por ser “fraquinha”, esse tipo de comida, quando contaminada, faz menos mal que uma comida “natural”. Seja ela boa ou ruim, há sempre, segundo eles, a possibilidade de “renaturalizar” a comida industrial: comprando enlatados e preparando-os em casa, “tudo com muito capricho”, pode-se obter uma comida “forte e natural”.

Há aversões e medos antigos e outros, completamente recentes na história. Antes dos anos 60, o açúcar branco, por exemplo, não havia sido transformado em grande vilão da saúde e, por isso, ele estava presente nas dietas consideradas muito boas. O mesmo ocorria com o pão branco (parece que, antes da voga da macrobiótica e do naturalismo dos anos 60, nenhuma suspeita negativa recaía sobre ele) e com a ingestão da carne vermelha. Assim, por exemplo, segundo uma pesquisa publicada em 1944, era considerado perfeitamente adequado aos paulistanos mais abastados um menu composto da seguinte forma:

café da manhã: café com leite e açúcar, pão branco com manteiga, queijo
almoço: carne de vaca, arroz e feijão, pão branco, palmito, chicória, uma fruta,
pão-de-ló e doce
café da tarde: café com açúcar, pão branco com manteiga
jantar: sopa de legumes, frango, arroz, espinafre, fruta, pão-de-ló, doce, café com
açúcar (PIERSON, 1944, p. 68-69).

Nessa época, o peixe tendia a ser considerado um alimento das pessoas mais pobres (ao contrário dos nossos dias, quando ele é, em várias cidades, associado à riqueza e à sofisticação), enquanto que os doces e o café com açúcar branco imperavam em menus considerados bons para todas as classes sociais. Assim como o açúcar, inúmeros alimentos considerados saudáveis foram convidados a ocupar uma espécie de “espaço da exclusão” da seara social bem aceita. A carne vermelha, para tristeza dos pecuaristas, comerciantes e apreciadores desse alimento, é um exemplo bastante conhecido a esse respeito, especialmente a carne bovina vinda dos países em que houve contaminação pela conhecida “vaca louca”. Mesmo antes disso, é bom lembrar, já havia uma predisposição para rejeitar a carne bovina, devido às diversas denúncias de inclusão, neste alimento, de anabolizantes e outros produtos considerados maléficos à saúde.

Inúmeros exemplos confirmam, enfim, o quanto os riscos alimentares ganharam uma visibilidade impressionante nos últimos anos. Fica a impressão de que, no limite, tudo é perigoso. Na verdade, a comida se tornou uma questão mais complexa do que nunca: se, por um lado, os riscos alimentares vão dos OGM (organismos geneticamente modificados) à introdução de hormônios nas diversas carnes, passando pelo uso de agrotóxicos em frutas e verduras, por outro, as escolhas parecem não ter fim: alimento orgânico, comida vegetariana, produtos importados, vendidos e servidos em supermercados, lojas especializadas, restaurantes à la carte, por quilo... muitas vezes não sabemos mais se estamos numa farmácia

ou numa mercearia. Ao mesmo tempo, um novo tipo de hibridismo entre remédio, comida e produtos de beleza vem sendo estimulado pela publicidade de inúmeros produtos destinados aos cuidados com o corpo. Ele inclui, várias vezes, a transformação do alimento numa espécie de novo *gadget*, o que pressupõe investimentos de grande monta em suas embalagens. Para crianças, comidas-*gadget* ou comidas-brinquedo reinam nas redes de *fast food* globalizadas, fortalecendo a impressão de que “comer é brincar”. E, por vezes, tem-se a impressão de que certos anúncios publicitários recomendam aos pais: “Seu filho não brincou hoje, então leve-o ao Mac Donalds!”

Espaço de todos os medos e, também, de todos os prazeres. Lugar de grandes compensações. A comida abriga hoje muitos amores e obsessões, mas também rancores e ódios inesgotáveis. Ela tanto divide e isola opiniões ou grupos, como ela pode reintegrar socialmente pessoas e povos. No entanto, quando o ato de comer deixa de ser ao mesmo tempo individual e social, algo regrado tanto por normas coletivamente compartilhadas quanto por regras individualmente criadas, o saber se dissocia do sabor e a comida fica tão insossa quanto sem sentido.

Não por acaso, aliás, o índice de obesos aumenta vertiginosamente nas sociedades industriais do Ocidente. É certo que esse fenômeno possui causas muito complexas. Mas é certo, também, que o estímulo em tornar a comida um “negócio” pessoal, uma compensação que tem a ver apenas consigo próprio, tende a despolitizar o ato de comer de maneira drástica: a ingestão de alimentos perde seu caráter social e se torna algo estritamente individual, um gesto que serve unicamente para repor proteínas, carboidratos, lipídios, glicídios, vitaminas, ômega três... ou então para preencher o vazio deixado por perdas emocionais, carências de atenção, de expressão, de apoio, de segurança e tantas outras. Como se a alimentação tivesse compromisso exclusivo com a parte mais “em falta” do próprio indivíduo. Comer para si unicamente e, por isso mesmo, muitas vezes, furtivamente, solitariamente, rapidamente e compulsivamente.

Como escreveu Canetti (1986), “tudo o que se come é objeto de poder”. Partilhar a comida é, nesse sentido, dividir domínios. Manter o casamento entre saber e sabor implica estimular a experiência de comer entre regras, necessidades e partilhas que são, ao mesmo tempo, individuais e coletivas, experimentadas nas arestas entre a intimidade e a sociabilidade e nas saborosas e sábias hibridações entre natureza e cultura.

Referências Bibliográficas

- A ESQUIVA DA FELICIDADE (conto). *Querida*, n. 50, junho de 1956, p.16.
 A MANCHA NO MEU NOME (conto). *Querida*, n. 40, janeiro de 1956, p.56.
 CANETTI, Elias. *Massa e Poder*, São Paulo: Melhoramentos, 1986, p.242.

FERRIÈRES, Madeleine. *Histoire des peurs alimentaires*. Paris: Seuil, 2002.

FISCHLER, Claude. *L'omnivore*. Paris: Odile Jacob, 1993.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir.). *Histoire de l'alimentation*, Paris: Fayard, 1996.

PIERSON, Donald. *Hábitos alimentares em São Paulo, estudo comparativo*. Revista do Arquivo Municipal, ano X, vol XCVIII, Departamento de Cultura, 1944, p.68-69.

POULAIN, J-P. *Anthroposociologie de la cuisine et des manières de table*. 1985. Tese (Doutorado) – Paris VII, Jussieu.

QUERIDA! (conto). *Querida*, n.75, julho de 1957, p. 12.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *La recherche de la beauté: une contribution à l'histoire des pratiques et des représentations de l'embellissement féminin au Brésil, 1900-1980*. Paris VII, Jussieu, 1994.

THOMAS, Keith. *O homem e o mundo natural*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

VIGARELLO, Georges. *Le sain et le malsain*. Paris: Seuil, 1993.