

VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo 12, 13 e 14 de setembro de 2012 - Rio de Janeiro/RJ

Globalização Alimentar: o Efeito dos Fluxos Internacionais de Pessoas e Ideias à Mesa

Joana Pellerano¹

Resumo

Os aspectos econômicos da globalização não são os únicos cuja influência pode ser percebida no dia a dia. A alimentação apresenta-se como campo de observação para as consequências desse fenômeno. Os mercados de alimentos foram os primeiros a apresentar integração global, fazendo a ponte entre culturas distantes. Marcas como Coca-Cola ou McDonald's são tão famosas hoje em Nova York quanto em Tóquio ou São Paulo, assim como pizzas e hambúrgueres. Discussões sobre o aumento das taxas mundiais de obesidade e a ameaça da padronização dos hábitos alimentares são cada vez mais comuns, inclusive no Brasil. O intercâmbio de ingredientes e receitas traz mais escolhas e potenciais perigos físicos e simbólicos, fazendo valer o chamado Paradoxo do Onívoro, a dualidade entre a necessidade e o medo da variedade alimentar. A relação cultural com os alimentos privilegia uma dimensão simbólica que pode gerar medos relativos à incorporação, que permite tanto a assimilação de pureza quanto a possibilidade de contaminação. O presente artigo visa analisar três efeitos da globalização no campo da alimentação percebidos por Jean-Pierre Poulain (2004): o desaparecimento de alguns particularismos locais devido a influências externas e novidades alimentares vindas de outras culturas; a emergência de novas formas alimentares resultantes do processo de mestiçagem; e a difusão em escala transcultural de alguns produtos e práticas alimentares antes localizados em regiões específicas, desconhecidos mesmo por seus vizinhos mais próximos. Exemplos das três facetas apontadas por Poulain podem ser encontrados na

¹ Jornalista, mestranda em Ciências Sociais na PUC – SP, coordenadora e docente da especialização em Gastronomia: História e Cultura do Centro Universitário Senac – São Paulo. E-mail: joana.apellerano@sp.senac.br.

teoria da Mcdonaldização da sociedade de George Ritzer, nas novidades da cozinha fusion e no fortalecimento do movimento Slow Food e dos alimentos de terroir.

Palavras-chave: globalização, alimentação, hábitos alimentares

1 - Introdução

Ainda que os aspectos econômico-financeiros da globalização ganhem mais destaque em discussões informais, coberturas midiáticas e debates acadêmicos, esses não são os únicos cuja influência pode ser percebida no dia a dia. Giddens define a globalização como “a intensificação de relações sociais mundiais que unem localidades distantes de tal modo que os acontecimentos locais são condicionados por eventos que acontecem a muitas milhas de distância e vice-versa” (1990, p. 64).

Santos (2002) observa:

Nas três últimas décadas, as interações transnacionais conheceram uma intensificação dramática, desde a globalização dos sistemas de produção e das transferências financeiras, à disseminação, a uma escala mundial, de informação e imagens através dos meios de comunicação social ou às deslocamentos em massa de pessoas, quer como turistas, quer como trabalhadores migrantes ou refugiados. A extraordinária amplitude e profundidade destas interações transnacionais levaram a que alguns autores as vissem como ruptura em relação às anteriores formas de interações transfronteiriças, um fenómeno novo designado por "globalização".

O intercâmbio de dinheiro, bens, indivíduos e ideias que vem acontecendo ininterruptamente por décadas afeta de forma consistente todos os aspectos da vida cotidiana. Mas Santos (Idem) afirma que é no domínio da globalização cultural que a matriz original da globalização se põe com mais acuidade e frequência.

A alimentação é um rico campo de observação para as consequências desse fenómeno. Marcas como Coca Cola ou McDonald's são tão famosas hoje em Nova York quanto em Tóquio ou São Paulo, assim como pizzas e hambúrgueres. Discussões sobre o aumento das taxas mundiais de obesidade (Kim e Popkin, 2006) e a ameaça da padronização dos hábitos alimentares em função do imperialismo norte-americano (Ritzer, 1996) são cada vez mais comuns, inclusive no Brasil.

Poulain (2004) observa um movimento triplo na alimentação gerado pelo processo de globalização: o desaparecimento de alguns particularismos locais, a emergência de novas formas alimentares resultantes do processo de mestiçagem e a difusão em escala transcultural de alguns produtos e práticas alimentares.

2 - Globalização à mesa

O país começou a sentir os efeitos dessa primeira vertente observada por Poulain no início da década de 1990, com a abertura do mercado para os produtos importados. De acordo com registros do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (apud Garcia, 2003), no período entre 1992 e 1995 a importação de alimentos industrializados cresceu 409%. A chegada de leite e derivados cresceu 970%, enquanto a presença de preparações à base de cacau, como o chocolate, aumentou 1.237%. No intervalo cresceu também a importação de produtos à base de cereais, como farinha láctea e misturas para padaria e confeitaria (538%), e a de bebidas, líquidos alcoólicos e vinagre (640%).

O sucesso do fast-food no país é outro sintoma da globalização. Tal êxito, para alguns autores, pode ser considerado a expressão de um fenômeno mais amplo, a “mcdonaldização” da própria sociedade. O conceito, cunhado por Ritzer (op. cit), ultrapassa os balcões do McDonald’s: é um paradigma do processo de maximização da produtividade, eficiência, preditibilidade e controle, comuns às redes de comida rápida, e sua aplicação em outros setores, como sistema bancário, recreação, educação e até atendimento médico-hospitalar.

Ainda que o sistema seja eficaz em diversos campos da economia, para Ritzer o problema é que tanta eficiência exige uma padronização no modo de produção que inibe a autonomia e a criatividade do indivíduo. A prática viaja junto com a rede de lanchonetes que lhe rendeu o nome (e com outras multinacionais que copiam o modelo, como Burger King, Pizza Hut ou Starbucks) e penetra em diferentes comunidades, espalhando o novo “american way of life” mundo afora.

3 - Identidade e o paradoxo do onívoro

Fonseca et al (2009) reforçam que apesar da “diversidade inerente aos sistemas alimentares, um aspecto é fundamental na significação da alimentação: a identidade. O comensal precisa se identificar com o alimento para reconhecê-lo e significá-lo”, necessidade ameaçada pelos mercados transnacionais, que causa o deslocamento dos alimentos da origem geográfica a que são tradicionalmente associados. Nas palavras de Fischler (1995, p. 211): “O alimento moderno já não tem identidade, pois não é identificável”.

A desconfiança que um alimento “estrangeiro” pode estar está impressa biologicamente na espécie. Por ser onívoro, o homem é o mais adaptável de todos os mamíferos, podendo retirar nutrientes de múltiplas substâncias minerais, vegetais e animais. A falta de um determinado ingrediente não nos afeta como a outros animais com dietas especializadas. Mas o desconhecimento da origem de um alimento cria justamente a possibilidade da incorporação de algo nocivo ao físico ou ao psicológico.

Justamente aí instala-se o que Fischler (Ibidem) chama de paradoxo do onívoro, a dualidade entre a liberdade e a necessidade, ou neofobia e neofilia.

Por um lado, por ser dependente da variedade, o onívoro se vê impelido à diversificação, à inovação, à exploração, à mudança, que podem ser vitais para ele. Mas, por outro lado e simultaneamente, é impelido à prudência, à desconfiança, ao ‘conservadorismo’ alimentar: todo alimento novo, desconhecido, é, de fato, um perigo potencial (Ibidem, p. 63).

Outros animais evitam provar o que sabidamente não podem digerir pois seus instintos geralmente os mantêm longe de alimentos nocivos. O ser humano, em contrapartida, está por conta própria: não é fácil para a espécie identificar o que é comestível e o que não é apenas através de visão, olfato, audição ou tato. Segundo Rozin (1976), por serem generalistas, os seres humanos descobrem a comida comendo, ou seja, quase sempre baseiam suas regras de identificação do que pode ser ingerido com base nas consequências de ingestões anteriores.

Ao homem resta, com o tempo, reduzir o vasto campo de possibilidades alimentares a que temos acesso a reduzidas opções conhecidas e seguras. A essas opções costuma-se chamar de hábitos culinários – conjunto de regras e maneiras que orientam um

indivíduo ou um grupo na preparação e no consumo dos alimentos usuais.

O nosso menu está sujeito a fronteiras intransponíveis, riscadas pelo costume de milênios. O que chamamos 'cozinha internacional' é apenas uma rede comunicante de padrões alimentares equivalentes, imutáveis dentro de cada unidade demográfica e transmissíveis, constituindo novidades ao grupo adquirente (Cascudo, 2004, p. 22).

Para alguns autores é justamente na criação e no compartilhamento de um código alimentar único que mora a maior ameaça da globalização: Flandrin e Montanari (1998: 705) apontam para a “mundialização dos paladares”, confirmada pela “difusão do hambúrguer, *hot-dogs*, ketchup ou pizza”.

4 - Tendências e adaptações

Diante da pressão a indústria dos alimentos e da expansão das redes de fast-food, o ser cosmopolita, que habita as grandes cidades e sente a pressão da variedade mundial roubar-lhe as lembranças do simples, passa a buscar refúgio na em uma potencial “volta à natureza”; uma “nostalgia de um 'espaço social' em que o comedor viva sem angústia, ao abrigo de uma cultura culinária claramente identificada e identificante” (Poulain, 2004, p. 34).

Fórmulas bem-sucedidas presentes na área da alimentação são repaginadas, confirmando observação de Poulain (Idem) a respeito do surgimento de novos jeitos de se alimentar, em efeito colateral da globalização. Abre-se espaço para filosofias como o movimento Slow Food. Este nasceu nas década de 1980 e prega que se deve comer sem pressa, priorizando tradições culinárias e ingredientes locais produzidos artesanalmente (Slow Food Brasil, 2011). Nasce também uma visão utópica da ruralidade: os habitantes do interior - que em teoria têm contato com a terra, de onde nascem os alimentos - passam a ser guardiões do patrimônio gastronômico, e os ingredientes e modos de preparo típicos, baluartes da tradição, que devem ser valorizados e protegidos.

Com o poder simbólico à deriva, o localismo vira arma de pequenas e médias empresas na tentativa de diferenciar seus produtos e manter-se na concorrência. Fischler (op. cit, p. 21) nota, a partir da década de 1990, na intensificação do lançamento de produtos sofisticados a preços altos, “produtos e marcas de elite capazes de distinguir simbolicamente o seu consumidor, para enriquecer e alimentar, se não a sua carteira, sua ambição e identidade sociais”.

Nessa mesma época surge nas prateleiras dos supermercados o termo francês “produit de terroir”. De acordo com Aurier, Fort e Sirieix (2005), há várias definições para o termo, mas todas têm em comum três características: um produto elaborado com ingredientes locais não pasteurizados; uma receita ou modo de preparo tradicional fruto da reputação, cultura e história do local de produção; um item cuja empresa produtora localiza-se em determinado terroir por um longo tempo. O produto que identifica sua origem e terroir empresta destes o respeito e a tradição. Para Aurier, Fort e Sirieix (Idem), produtos de um terroir são percebidos como autênticos e naturais, valor agregado que lhes permite um lugar na concorrência pela atenção do consumidor.

A preocupação com a procedência pode ser reconhecida como um sinal de crise identitária causada pelo intenso fluxo globalizante. Para Poulain (op. cit, p. 38), “a patrimonialização do alimentar e do gastronômico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas no modo da degradação e mais amplamente no do risco de perda da identidade”.

Para García Canclini (2006), tal preocupação com a autenticidade é ilusória em função da composição de repertórios por meio de processos históricos híbridos². As culturas esbarram-se e emprestam elementos umas das outras, e, ainda que fortemente enraizados na identidade social, os sistemas alimentares estão sempre expostos a influências externas e potenciais adaptações. Para Martín- Barbero (2004, p. 184), “o autêntico não se resgata mais que na história das transformações sociais”. Assim como Canclini, Martín-Barbero entende que as diversas maneiras de apropriação e

² García Canclini prefere o termo hibridação a mestiçagem (de caráter racial) ou sincretismo (em geral relacionado a fusões religiosas) “porque abrange diversas mesclas interculturais – não apenas raciais, às quais costuma limitar-se o termo ‘mestiçagem’ - e porque permite incluir as formas modernas de hibridação, melhor do que ‘sincretismo’, fórmula que se refere quase sempre a fusões religiosas ou de movimentos simbólicos tradicionais” (2006, p. 19).

interpretação de uma tradição não ameaçam o popular, mas podem fortalecê-lo ao ampliar sua penetração na sociedade.

O conflito entre tradição e modernidade não aparece como o sufocamento exercido pelos modernizadores sobre os tradicionalistas, nem como resistência direta e constante dos setores populares empenhados em fazer valer suas tradições. A interação é mais sinuosa e sutil: os movimentos populares também estão interessados em modernizar-se e os setores hegemônicos em manter o tradicional, ou parte dele, como referência histórica e recurso simbólico contemporâneo (García Canclini, *Idem*, p. 277).

Ao contrário do que defende Ritzer (op. cit.), Poulain (op. cit) vê que mesmo o McDonald's abre pequenas brechas em seu eficiente e enxuto cardápio para encaixar elementos que agradem aos mercados locais. Na França, a rede serve cerveja; no Brasil, a clássica torta de maçã ganha uma versão de banana; na Índia, o Maharaja Mac, com hambúrguer de frango, substitui o Big Mac.

Bestor (2005), chama a atenção para o caso do sushi, prato típico japonês hoje presente globalmente. O Japão exportou o hábito de comer peixe cru para grande parte do Ocidente. Para o autor, a influência do sushi é vista nos cardápios mundo afora por meio de referências como purê de batatas com wasabi ou atum em crosta de gergelim levemente grelhado. Além disso, Bestor ressalta ainda que a influência cultural do sushi já passou até para os cosméticos – há um brilho labial com esse nome, cuja cor é inspirada no atum cru; e esmalte verde batizado de wasabi. Mas o Japão hoje importa dos Estados Unidos grandes quantidades de um dos ingredientes mais desejados para compor o prato: o caríssimo atum-rabilho.

O terceiro eixo da observação de Poulain (op. cit) a respeito das transformações causadas pela globalização alimentar é o êxito internacional de produtos e práticas locais. A trajetória do açaí é exemplo para essa tendência. Há trinta anos, a fruta estava confinada ao Norte do país. Há uma década, era completamente desconhecida fora do Brasil. Hoje, o açaí um verdadeiro fenômeno. Aqui, graças à família Gracie, de lutadores de jiu-jitsu, virou sinônimo de energia e saúde. Nos Estados Unidos, o trio californiano Ryan Black, Jeremy Black e Edmund Nichols foi responsável pela importação da fruta. Ali, suas características nutricionais – ácidos graxos que supostamente reduzem o colesterol e antioxidantes que previnem o envelhecimento precoce - foram tão exarcebadas que ganhou o status de “superfruit” e está não apenas

em alimentos industrializados, mas em cápsulas para suplementação alimentar e em produtos de beleza. A moda gerou até ensaios de denúncia da imprensa contra o marketing criado em torno da frutinha (Colapinto, 2011).

5 - Considerações finais

O alarmismo gerado em torno dos processos de globalização alimentar podem então ser apenas mais um dos processos responsáveis pela constante transformação dos hábitos culturais. Giddens (1990) acredita que os sociólogos estejam presos à ideia de sociedade como um sistema fechado. Isso é desafiado diante da observação de que as sociedades e seus cardápios globalizam-se há milhares de anos, com movimentos de troca de plantas e animais recém-domesticados muito antes das Grandes Navegações e do atual intercâmbio frenético e economias e culturas (Kiple e Ornelas, 2000). Para Santos (op. cit.), a cultura é justamente um processo social construído em meio à mudanças: “o isomorfismo institucional, sobretudo nos domínios económico e político coexiste com a afirmação de diferenças e de particularismo”(Idem).

Ainda que fortemente enraizados na identidade social, os sistemas alimentares estão sempre expostos a influências externas e potenciais adaptações. Como afirma Montanari (2009), as identidades culturais não são partes do DNA de um povo, mas estão constantemente adaptando-se às influências externas e às trocas com outras culturas. “As identidades, portanto, não existem sem as trocas culturais, e proteger a biodiversidade cultural não significa enclausurar cada identidade numa concha, mas, sim, conectá-las” (Ibidem, p.12).

Referências bibliográficas

AURIER, P.; FORT, F. e SIRIEIX, L.. Exploring terroir product meanings for the consumer. *Anthropology of Food*, 2005. Disponível em: <<http://aof.revues.org/index187.html>>. Acesso em 28 de nov. de 2011.

BESTOR, T. C. How sushi went global. In WATSON, J. L. e CALDWELL, M. (eds), *The cultural politics of food and eating: a reader*. Oxford: Blackwell Publishing, 2005, p. 13-20.

CASCUDO, L. C.. *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global, 2004.

COLAPINTO, J.. Strange Fruit: The rise and fall of açaí. *The New Yorker*, 2011. Disponível em: <http://www.newyorker.com/reporting/2011/05/30/110530fa_fact_colapinto>. Acesso em 30 de nov. de 2011.

FISCHLER, C.. *El (h)ominívoro: El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama, 1995. FLANDRIN, J. L. e MONTANARI, M.. *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FONSECA, A. B. C., et al. *Modernidade alimentar e consumo de alimentos: contribuições sócio- antropológicas para a pesquisa em nutrição*. Disponível em <http://www.abrasco.org.br/cienciasaudecoletiva/artigos/artigo_int.php?id_artigo=3901>. Acesso em 19 nov. 2011.

GARCÍA CANCLINI, N.. *Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2006.

GARCIA, R. W. D.. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. *Revista de Nutrição*, vol. 16, n. 4, Campinas, 2003. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732003000400011>. Acesso em 30 de nov. de 2011.

GIDDENS, A.. *Sociology*, Oxford: Polity Press. 1990. KIM, S. e POPKIN, B. M. Understanding the epidemiology of overweight and obesity - Real global public health concern. *International Journal of Epidemiology*, n. 35, p. 60-67, 2006

KIPLE, K.; ORNELAS, K. (eds.). *The Cambridge World History of Food*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

MARTÍN-BARBERO, J.. Tecnologia: inovações e usos sociais. In _____, *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004, p. 177-205.

MONTANARI, M.. A cozinha, lugar de identidade e das trocas. In: MONTANARI, Massimo. (ed.). *O mundo na cozinha: História, identidade, trocas*. São Paulo: Estação Liberdade/Senac São Paulo, 2009. p. 11-17.

POULAIN, J. P.. *Sociologias da alimentação: Os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

RITZER, G. *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1996.

ROZIN, P. The selection of food by rats, humans and other animals. In ROSEBLATT, J., HINDE, R. A., BEER, C. e SHAW, E. (eds.). *Advances in the study of behavior*. Vol 6. Nova York: Academic Press, 1976; p. 21-76.

SANTOS, B. S.. Os processos da globalização. *Eurozine*, 2002. Disponível em: <<http://www.eurozine.com/articles/2002-08-22-santos-pt.html>>. Acesso em 30 de nov. de 2011.

SLOW FOOD BRASIL. *Movimento Slow Food*. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/12/28/>>. Acesso em 28 de nov. de 2011.