

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo

III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo

I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

Prato de Classe: alimentação e mobilidade social ascendente.

Juliana Abonizio¹

Maria Luisa Jimenez Jimenez²

Resumo

Este trabalho visa compreender a relação entre mobilidade social ascendente e transformação nos hábitos de consumo alimentar, desvendando como a cozinha sujeita-se aos imperativos da moda. Em nossa hipótese, a nova condição social é expressa, dentre outras coisas, na adoção de determinados pratos, dietas e utensílios que garantem a significação de pertencimento dessa nova condição social e, essas ações, também atuam como ritual de afastamento da antiga. Deste modo, compreendemos que a comida é um indicador social que liga as pessoas às classes que pertencem ou desejam pertencer. Recorremos a entrevistas com mulheres - responsáveis pelas escolhas dos alimentos da família e detentoras do conhecimento dos modos de fazer – de camadas médias urbanas em Cuiabá-MT, que tiveram um aumento no poder de consumo nos últimos anos visando compreender como a condição dessa nova classe é expressa na mudança no hábito de se alimentar, movida pelo maior poder aquisitivo e inserção em universos de sentido, contudo, não se trata de uma ruptura, já que os novos hábitos convivem com hábitos adquiridos anteriormente. A pesquisa apontou como a mobilidade social favoreceu a inserção de novos hábitos e, a utilização de novas tecnologias, alterando o saber-fazer que ressignificam as práticas alimentares e os próprios alimentos. De modo geral, percebemos, por meio dos dados coletados, um gradual afastamento do binômio arroz e feijão, prato emblemático das camadas populares aliado à predileção por orgânicos, pelos chamados funcionais, rotulados com os selos *light* e *diet*, além de pratos de cozinhas internacionais.

Palavras- Chave: Consumo Alimentar, Classe Social, Mulheres.

¹Pós-doutorada em Sociologia. Docente do PPG em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso -UFMT. Pesquisadora do Núcleo de Estudos de Cultura Popular, do Núcleo de Estudos do Contemporâneo e da Rede Centro-Oeste de Ensino e Pesquisa em Arte, Cultura e Tecnologias Contemporâneas, Rede CO3. abonizio.juliana@gmail.com

² Mestranda do PPG em Estudos de Cultura Contemporânea- ECCO- Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT. malujjimenez@hotmail.com

1. Introdução

Para Cascudo (2004), citando a pesquisa de Diodora da Sicília, a alimentação caracterizava os grupos humanos antes da linguagem. Hoje, é possível interpretar o que a alimentação comunica. Para o autor: “A escolha dos nossos alimentos diários está intimamente ligada a um complexo cultural inflexível. É preciso um processo de ajustamento em condições especiais de excitação para modificá-lo com o recebimento de outros elementos e abandono dos antigos.” (CASCUDO, 2004, p. 22).

Mesmo considerando poucos anos desse processo da nova condição social aparecer na nossa sociedade, podemos observar as mudanças alimentares estimuladas pela mobilidade social ascendente a partir de dois fatores: o acesso a determinados bens que antes eram impossibilitados pelos constrangimentos financeiros e as convenções de gosto influenciadas tanto por intermediários culturais, quanto pela moda e ainda pela nova socialização. Na nova condição social, o papel desempenhado por mulheres torna-se essencial, uma vez que, tradicionalmente, é a mulher responsável pela escolha do cardápio da família e agora passa a socializar os demais membros na nova dieta.

Ainda que os "pobres" não tenham escolhido ser pobres, ou mesmo que existisse a "classe pobre" ou a pobreza, podem, muitas vezes, se identificar como tal. Através de uma porção de significados atribuídos às "coisas do mundo", são capazes de, apesar da consciência de sua posição na hierarquia de classes, construir por um conjunto de ideias, atitudes, produtos materiais consumidos (entre eles os alimentares), vocabulário, uma identidade social própria reconhecida por eles e pelos outros. É uma maneira de, por se identificarem com uma série de padrões, se situarem dentro da sociedade como "alguém social". E pode-se perceber que a comida faz parte desses padrões. (MAGALHÃES, 1995, p. 4-5).

Assunção (2008) observou que as mulheres têm papel preponderante em suas famílias e que os discursos sobre as práticas alimentares atuam na definição de papéis de gênero. Ser mãe e tudo aquilo que se atribui ao bom desempenho desse papel é uma construção histórica e cultural. Os cuidados, a educação, o modo de ser mãe ligam-se as relações sociais e a organização da sociedade, ainda que os papéis sejam reconfigurados constantemente. Em razão desses aspectos culturais, selecionamos para entrevistas, apenas mulheres. As entrevistas foram gravadas e transcritas para análise. Assim, nossa busca é entender como a própria classe média em ascensão se reconhece na ação do consumo alimentar, neste caso, a mulher é quem nos guiará pelos caminhos de desvendar o procurado, já que é ela quem assume a responsabilidade – geralmente - de escolher os alimentos da família.

Na pesquisa de Assunção (2008), as mulheres escolhem os *menus* cotidianos, ainda que respeitem as opiniões dos membros da família e levem em conta a sua aprovação. Raramente as mulheres cozinham apenas para si mesmas e, mesmo dizendo que não gostam ou não sabem cozinhar, fazem o que chamam de “básico”. Em geral, os homens não cozinham nem participam das atividades da casa, quando - e se - o fazem, consideram como uma ajuda à mulher, mas, por outro lado, a autora também percebeu que nem

sempre as mulheres gostam da ajuda dos maridos e costumam queixar-se de suas inabilidades e intromissões no que consideram seu território.

Pensando em território, recordamos de Cascudo (2004, p.41), para quem “alimento é um fixador psicológico no plano emocional” e “comer certos pratos é ligar-se ao local do produto.” O autor refere-se ao lugar, à nação, à terra, mas neste trabalho, percebemos que sua observação também é válida para o local social, assim, comer certos pratos ligam pessoas às classes que pertencem ou desejam criar raízes.

Como exemplo, podemos destacar a carne para o grupo estudado por Alba Zaluar (1985). Na análise da autora, a carne é indicador de prestígio e considerada “comida forte”, por isso tem muita importância na dieta dos trabalhadores que chegam mesmo a considerar “passar fome” fazer uma dieta sem carne e sem arroz e feijão.

Magalhães (1995, p.4), citando inclusive as pesquisas de Zaluar, procura compreender o que significa alimentação para as camadas populares que, em geral preferem comidas fortes e se identificam com esse segmento.

As "classes de baixa renda" referidas anteriormente, se reconhecem como grupo social quando assumem padrões próprios. Esses padrões englobam lado a lado noções de sua posição dentro da estrutura social, tanto negativos (por exemplo, os limites econômicos, a situação de crise financeira, etc.) como positivos (por exemplo, a noção de que os "pobres", em contraposição aos "ricos" que só comem besteiras, é que sabem comer). Mas essencialmente, a identidade vem da diferenciação em relação aos outros grupos, sempre colocando um confronto, uma comparação entre eles. (MAGALHÃES, 1995, p. 5).

O próprio processo civilizador, decifrado por Nobeit Elias (1990), aponta como as regras de conduta e etiqueta, inclusive à mesa, reforça as hierarquias entre classes e disseminam padrões. Eis o poder distintivo da corte e suas maneiras e consumos.

Na análise de Magalhães (1995) e no estudo de Zaluar (1985), vemos como há um aspecto de positividade na concepção de comida ligada à força e ao trabalho. Nesse sentido, verduras e legumes aparecem, na fala de famílias pobres, como alimento para “tapear”, utilizando inclusive e frequentemente o diminutivo: saladinhas e verdurinhas. O rico comeria “bobagens”, coisas que não sustentam, já o pobre come comida “forte” e com fartura, ou seja: "... comida propriamente dita, 'comida que enche barriga', é a comida de pobre que o rico, por definição, não come." (ZALUAR, 1985, p.107).

A comida, neste caso, é percebida na distinção entre classes como fator de construção de identidade reconhecida e também autorreferenciada, e, como ressalta Magalhães (1995), o que é mais importante é que essa distinção é construída positivamente, pois, para o pobre, sua comida é realmente melhor e, dessa forma, diferenciam-se dos outros grupos sociais e não se sujeitam aos padrões impostos de bom gosto.

Com essa base, partimos a campo visando compreender a passagem de um local social a outro, de um pertencimento de classe a outro com base nas transformações do complexo que envolve os hábitos

alimentares. Recorremos então, a entrevistas com mulheres, com a incumbência de fazer as escolhas dos alimentos da família e conseqüentemente conduzir todos aos novos hábitos de consumo e relações com os alimentos, o fazer e consumo. Todas de camadas médias urbanas, moradoras na capital do estado de Mato Grosso, Cuiabá, que obtiveram uma ascensão no poder de consumo nos últimos anos.

Em nossas análises, fica claro que a cozinha neste caso, está sujeita aos imperativos da moda, pois a nova condição social pode ser expressa na procura e consumo de determinados pratos, dietas e utensílios que asseguram o sentido do novo pertencimento. Ao mesmo tempo, os novos hábitos atuam como ritual de afastamento das escolhas/ acesso antigos que demarcavam a classe de origem.

Por exemplo, percebemos, nos discursos, um afastamento do arroz e feijão de todos os dias; assim como reparamos a procura de novos cortes de carne pensados como mais nobres e vimos uma preocupação com a diminuição do consumo de alimentos gordurosos e a conseqüente procura por alimentos considerados saudáveis, incluindo orgânicos e os etiquetados como *diet* e *light* e a introdução de pratos estrangeiros, pela frequência a restaurantes e viagens de lazer que expressam novos conhecimentos adquiridos por meio dos hábitos de consumo.

2. Afastamento do arroz e do feijão

Comida de classe definitivamente não tem como ingredientes o arroz e feijão, de acordo com todas as entrevistadas. Prato de classe, prato fino é outra coisa. “Você não vê nas novelas, ou na casa de quem tem dinheiro, alguém comendo arroz e feijão, você vê comendo peixe, carnes finas, salada, nada de arroz e feijão”. (Sílvia³).

A capacidade de importar novas práticas e gostos e também de construir um novo gosto para si mesmo vem junto com a construção de uma nova identidade, um produto da nova maneira de aparecer aos outros e de ser para si mesmo. Vendo-se e desejando-se como pessoas finas, de classe e ricas, o arroz e o feijão passam a identificar a classe do passado, não a de agora. Para Cascudo, a alimentação humana liga-se mais a fatores espirituais que imperativos fisiológicos: “Comemos não o substancial, mas o habitual, o lícito pela norma.” (CASCUDO, 2004, p.23).

A norma rege, desde há muito tempo, que o feijão com farinha, antes mesmo da incorporação do arroz, era a base do prato popular. O feijão é o que dava força para as camadas populares.

O feijão era a refeição, o sustento, a força promotora da energia humana. Devia ser comido devagar, disposto o círculo de participantes, como para um cerimonial. Para o povo uma refeição sem feijão é simples ato de enganar a fome. Não de alimentar-se. (CASCUDO, 2004, p.441).

Nas entrevistas, o arroz e feijão não tem mais presença na dieta da família, porém a feijoada é considerada como um prato a ser servido num dia especial. Os discursos revelam que todos apreciam uma boa feijoada,

³ Os nomes das entrevistadas foram alienados. Utilizamos nomes fictícios neste texto.

porém deve ser mais magra que a feita anteriormente. Quando usam o adjetivo “magra” não querem dizer mais pobre ou menos rica, mas menos gordurosa. Essa seria a diferença entre as feijoadas de acordo com as classes que a fazem e a comem. Para Cascudo (2004, p. 445-446): “Não há casa por mais pobre que não tenha sua feijoada, nem há por mais rica que exclua de sua mesa esse prato por excelência, pelo qual pessoas de todas as classes manifestam um gosto igualmente pronunciado.”

Ressaltamos que o arroz e o feijão são afastados, mas não excluídos da dieta. O feijão torna-se feijoada ou tutu paulista, o arroz ganha a forma de risotos, ainda que apareça nas entrevistas que “nada é mais gostoso que arroz, feijão e ovo frito”, desde comidas raramente para não estragar a dieta e em situações privadas.

A feijoada é conhecida no mundo todo e quando viajamos para outros países, se pode encontrar e comer enlatada ou em restaurantes internacionais, a feijoada é considerada por todas as camadas como deliciosa. Os estrangeiros gostam e aceitam o prato, e talvez seja por este motivo que esta classe social continue prestigiando esta maneira de comer arroz e feijão. Interessante foi perceber que alguns dias de festa, sábados ou domingos, a feijoada que se compra para servir a família é a comprada pronta, enlatada que visa ser servida com ostentação e pouco trabalho. Às embalagens de feijoada pronta são linguças compradas à parte visando singularizar o prato massificado e, ao mesmo tempo, enriquecê-lo.

Assim, também segue o mesmo raciocínio na escolha das carnes que fazem parte do menu da família. A carne é considerada como forte, porém a carne não desaparece, apenas existe uma diferença nos cortes de preferência. Agora os consumidos são os considerados mais finos, menos gordurosos e mais caros, a maioria declara essa predileção.

Assim, vemos que há diferenças que demarcam as fronteiras entre as classes. Os pratos simples tinham a preferência das camadas populares, é com o acesso a novos padrões de gosto e estilo que certas misturas passam a ser aceitas, que as frutas passam a ser misturadas com as comidas salgadas – para os cuiabanos, apenas a banana da terra e o piqui poderiam ser misturados aos alimentos salgados, além do limão usado como tempero -, o que antes era impensável, e as saladas podem, muitas vezes, ser a própria refeição.

Cascudo (2004, p.445) observa a “confusão de alimentos aparecia ao povo, até recentemente, um veneno ou extravagância perigosa. Era preceito de Galeno. Carne de gado não se comia com carne de porco ou de carneiro. Nem peixe com carne. Saladas de hortaliças ou de frutas eram recusadas, instintivamente. Toda comida misturada era dificilmente digerível.”

Após a ascensão, nossas entrevistadas revelam apreço para saladas de acelga com abacaxi, alface com morangos, arroz com maçã verde e nozes, salada de rúcula com manga, risoto de manga, molho de manga ou maracujá para acompanhar o filé de frango. Enfim, novas misturas e novos padrões de gosto vão sendo aprendidos e também criados, uma vez que passam a criar suas próprias receitas de acordo com os novos padrões aprendidos.

Com nossos estudos, podemos concluir, portanto, que o arroz e feijão são considerados prato forte, destinado a população que trabalha no pesado, e esta classe social aqui apresentada, não quer nem é, aquela que executa trabalhos que exigem força física. Existe, portanto uma divisão social, entre o consumo de comidas de “sustança” e o de alimentos mais leves ligados ao tipo de trabalho que anuncia uma definição de classe social.

3. Da comida de “sustança” para o império *ligh-diet*

Como já anunciado, as mulheres ditam preferência na hora de comprar, por rótulos *light* e *diet* na escolha de alimentos. Já que, se existir na prateleira um produto “normal” e o outro semelhante com o rótulo *light* ou *diet* elas demonstram preferência pelos rotulados.

Essa escolha é justificada pela saúde, sua própria e a dos filhos, apesar de ressaltarem que os produtos de baixa caloria acabam sendo consumidos por elas mesmas, não tendo um gosto partilhado na família. Em geral, compra-se dois tipos de refrigerantes, o *diet* para o consumo da mulher e o mais calórico é mais apreciado pelas crianças e parte dos maridos.

Há comida sintética, indicando na orla do *menu* o número de calorias contido. Prever, pelo dinamómetro, a intensidade da energia *útil* suficiente para abraçar a noiva. Um sabiá me disse que o pacotinho de alimentos cientificamente dosados que lhe ponho na gaiola, não vale uma minhoca viva ou uma goiaba madura. (CASCUDO, 2004, p.350).

Para essas consumidoras é importante na compra dos alimentos, a indicação das calorias nas embalagens dos produtos, já que assim, elas podem escolher os menos calóricos e, portanto, dentro de um discurso de levar vantagem: “se come a mesma coisa, porém engordando menos”, disse-nos uma das entrevistadas ao deixar claro que essa preocupação era sua, especificamente, já que são as mulheres que mais sofrem com gorduras localizadas e celulites.

O que se percebe no discurso das entrevistadas é que os hábitos de consumo de alimentos também estão interligados a uma moda aceita pelo grupo em questão, já que todos da mesma camada social quando reunidos comentam o que comem, consomem. E assim, delimitando os produtos pertencentes a suas escolhas de classe. Ou seja, o que acontece é uma identificação pela busca dos mesmos produtos.

Percebido foi que essa mudança de hábitos esta ligada a uma moda, já que todos da mesma camada social comem, consomem e comentam sobre os produtos pertencentes as escolhas da classe. “As pessoas usualmente compram o que veem que os amigos usam e desfrutam. Os contatos sociais não são aleatórios.” (DOUGLAS, 2013, p. 152).

A introdução das verduras, saladas nas dietas também é muito frequente, já que isso é visto nas escolhas das compras das mulheres entrevistadas. . As saladas devem estar na mesa para que todos da família consumam e se beneficiem destes alimentos que estão agora sendo considerados saudáveis e *light* e *diet*.

Todos os alimentos vegetais são, para o povo brasileiro, complementares e apenas essenciais como responsáveis na formação do bolo digestivo. A força, substância, potência, vivem na carne, carne que tenha sangue quando viva, abatido o animal com a intenção de constituir vitualhas. (CASCUDO, 2004, p.363).

Conversando sobre os hábitos anteriores, se deixa claro que salada quase não era consumida, como diz Sílvia: “minha mãe sempre dizia que comida salada não mata a fome de quem dá duro no trabalho.”

“A crença mais antiga e conhecida é que a comida quente é a substancial.” (CASCUDO, 2004, p.47). Assim que, além das escolhas estarem ligadas a um estilo de vida e a necessidade de pertencimento a um grupo almejado, escolhido, também se procura demonstrar e deixar bastante claro nestas escolhas e hábitos que “elas” não mais pertencem a uma classe considerada “pior” do que aquela que agora se pertence. Portanto, muitas escolhas e decisões no que se refere à comida é uma maneira de se impor e ser aceito no grupo atual e não mais no grupo antigo.

Para tanto, essa nova classe se orienta no que se refere às escolhas de ser e estar, de algumas maneiras: nas propagandas massivas do império *diet e light* em revistas, televisão, academias, etc. E, claro, na observação de mediadores culturais, no que se refere ao que as outras pessoas da mesma classe consomem, e talvez, ou, principalmente na ida a restaurantes considerados e destinados a essa classe social que pode pagar bem pelo o que come.

O que se tem claro é que existe um discurso social no qual se prefere produtos que não engordem tanto e sejam gostosos, é saudável, e é fino comer produtos com esses selos. Segundo Neide: “a semana toda evito comer muita coisa que engorda assim me peso na sexta feira e então, posso abusar mais no fim de semana, mas se tiver *light* ou *diet*, prefiro esses, porque assim fica mais fácil manter a linha e não destruir tudo que consegui na semana, com uma alimentação mais leve e academia.”

4. A classe média vai ao restaurante

A preferência dos restaurantes frequentados por essas famílias são estabelecimentos com comida internacional, trazendo novidades e ou relembrando alimentos descobertos em viagens de lazer, já que, trazem boas lembranças. Mas isso, quando se trata de uma ocasião especial, diferenciando-se os frequentados no dia-a-dia, sendo estes restaurantes a quilo, escolhidos de acordo com a variedade e qualidade das opções. Também é importante seguir a tendência de frequentar lugares pelas mesmas pessoas da mesma camada social e serem vistos e reconhecidos nestes espaços. As escolhas são baseadas sempre na confirmação do pertencer à classe ali representada.

De todos os atos naturais, o alimentar-se foi o único que o homem cercou de cerimonial e transformou lentamente em expressão de sociabilidade, ritual político, aparato de alta etiqueta. Compreendeu-lhe a significação vitalizadora e fe-la uma função simbólica de fraternidade, um rito de iniciação para convivência, para confiança na continuidade dos contactos. (CASCUDO, 2004, p.36).

É importante ter acesso ao mundo dos alimentos “refinados” que pessoas de classe comem e para tanto, nada melhor do que ir e observar estabelecimentos onde pessoas de classe frequentam, assim o observado e experimentado são introduzidos dentro dos hábitos familiares, tanto na escolha do menu em casa, como na escolha do cardápio no restaurante visitado.

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).

A quilo só se come na hora do almoço, e quando se tem muita pressa e pouco tempo. O que vemos é a transferência do hábito caseiro - fazer apenas o almoço e esquentar as sobras no jantar – para a imaginação a cerca do funcionamento do restaurante. Comida requentada já é ruim, fora de casa é impensável. Importante notar, que nas visitas aos restaurantes internacionais, não se tem muita pressa como na vida diária, aqui acontece uma ruptura, de parar para saborear o que se come. “Melhor é não comer que comer apressado, a menos que esteja num *self-service*, tendo a companhia de um *robô*.” (CASCUDO, 2004, p.349). Vemos então, uma diferença entre o fazer e o comer, já que, como já apontamos o fazer deve ser rápido e no dia a dia o comer também, ou seja, não se tem ou não se quer ter muito tempo para essa ação, o de se alimentar. Porém, quando chega o momento do lazer, do descanso é necessariamente o que se busca, o comer pausadamente, sem pressa, nem pressão.

Nas horas de lazer se quer comer com tranquilidade, porém a maioria relaciona o cozinhar com perder tempo de descanso, e então prefere ir a restaurantes ou comprar comidas semi prontas para não perder tempo cozinhando. Diz-nos Stela: “nos fins de semana gostamos de sair por aí para comer coisas diferentes, conhecer novas comidas, ou então compramos algo que se faz rapidinho, como comidas congeladas e apenas coloco no micro ondas e se for o caso, dou uma gratinada no forno.”

Nossas folgas gostamos de sair em família para comer fora, conhecer restaurantes internacionais, ver pessoas, a família toda gosta, eu gosto muito porque me ajuda a ter ideias para fazer lá em casa as comidas que conheço nos restaurantes. (...) Outro dia comemos vitela ao molho *roti*, uma delícia, olhei a receita na internet e minha secretaria faz agora lá em casa, todo mundo adora. (Beth).

Complementa Sônia: “Prefiro comer fora quando minha empregada está de folga aos domingos e feriados, assim não fazemos bagunça, não tem louça, gosto de sair junto com meu marido e filhos, ver gente, aproveitar e descansar com eles, há uns anos atrás a gente nunca fazia isso.”

Nossas entrevistadas por diversos motivos gostam de unir lazer e comer fora, é um hábito novo adquirido, no qual elas repetem sempre que podem como um prêmio merecido pela nova conquista social. Além de fazer parte agora também de um mediador cultural, já que as informações obtidas naquele espaço acabam sendo levadas para dentro de suas casas com a família com um sentimento de pertencimento.

5. A globalização culinária e os brinquedos de cozinha

Para Mintz (2001, p.33), a comida foi então um capítulo vital na história do capitalismo, muito antes dos dias de hoje: “como alimentar pessoas, e como fazer dinheiro alimentando-as. No Brasil, no Caribe e mais tarde por toda parte, o capitalismo tinha como alvo a satisfação de antigos desejos por novos meios, e, assim, ajudou a fazer o mundo global, muito antes de nossos dias.”

O mundo contemporâneo aponta mudanças significativas ao longo dos anos, advindas da urbanização, da industrialização e do crescimento socioeconômico e cultural, bem como a inserção da mulher no mercado de trabalho, porém ainda com a responsabilidade de organizar o que se refere à alimentação da família. Tais mudanças estão ligadas também a redução do tempo no preparo e consumo de alimentos, fatores que acabam causando impacto nos hábitos alimentares da classe média em ascensão. É nesse contexto, que, existe uma busca por utensílios que facilitem o preparo dos alimentos.

Mesmo quando essas mulheres não trabalham ou possuem trabalhadoras domésticas que cozinham para a família, são elas que organizam essa atividade e assim, elas que escolhem e decidem como estes pratos serão preparados bem como seus ingredientes.

Para tanto, esta mulher a quem mencionamos, por um poder maior de consumo e de informação no que diz respeito a frequentar lugares diferentes aos antigos, escolhe a compra de equipamentos que facilitarão e mudarão o modo de fazer na cozinha. Como exemplo, temos a fala nas entrevistas pela busca pelos processadores de alimentos, panelas elétricas que fritam sem óleo, cozinham arroz, preparam a massa do pão, cafeteiras expressas, *grills*, fornos, abridores de latas elétricos, etc. Enfim, o consumo de brinquedinhos, que tanto ela como qualquer um da família possa preparar os alimentos sem muito trabalho.

O signo da velocidade anula e desmoraliza as demoradas preparações que orgulhavam os antigos gourmets. A industrialização dos alimentos reduz a cozinha a um armário de latas. A técnica essencial limita-se, a saber, abrir uma lata sem ferir os dedinhos. Um jantar egresso de latas é ato de comer mas não no nível de uma refeição. (CASCUDO, 2004, p.36).

Da mesma forma pode ser percebida a busca pelo preparo rápido como algo frequente no discurso urbano das entrevistadas, quase todas buscam o que é mais rápido e gostoso para se colocar na mesa.

A busca por estabelecimentos comerciais que ofereçam comidas enlatadas, prontas e semi prontas, mas que sejam saborosas também esta presente principalmente nas compras para o fim de semana e férias da família. E a finalização do prato, no forno, panela, ou processador é sempre utilizada por utensílios que facilitem ainda mais o acabamento destes alimentos.

Os anúncios propagando a facilidade do comer saboroso atraem estas mulheres na hora de escolher o que levar para casa em dias mais corridos, nos jantares, etc. Já que, “os modernos citadinos comem pela propaganda industrial irresistível.” (CASCUDO, 2004, p.23).

Sendo assim,

os apetites são substituídos pelas fomes e a inquietação moderna impossibilita as lentas paciências operadoras, realizando as maravilhas do paladar. O comum, natural, obrigatório e lógico para a mulher em nossos dias é saber improvisar um jantar, enfeitar o prato, disfarçar a fisionomia de cada espécie deglutível com a ciência nefasta dos colorantes mascaradores, das mistificações sugestivas, da caracterização gustativa. (CASCUDO, 2004, p.36).

Nos novos hábitos desta camada em ascensão a praticidade, rapidez e sabor são os adjetivos presentes nas falas durante as descrições das novas escolhas que se levam a cozinha e claro, a mesa de refeições.

Cascudo (2004, p. 37) explica que para facilitar a ampliação mecânica da produção enlatada impõem-se a cozinha ‘internacional’, padronizando-se médias abstratas e convencionais de pratos que não são de nação alguma e menos constituíram alimentos regulares no tempo. Criação racionalista contra a tradição humana e lógica de preferência. Domina o cardápio de que ninguém gosta e com que todos se habituam. Uma cozinha ‘internacional’ é a derradeira submissão humana à sugestão da propaganda comercial.

Os “brinquedinhos” culinários estão na cozinha para facilitar o dia a dia, mas também é usado para demonstrar o poder de consumo da proprietária. Existem, conversas entre essas madames sobre a compra destes utensílios e a discussão entre os considerados mais práticos, fáceis de usar e eficientes. Quando é discutido no grupo da camada social em ascensão algum produto que uma delas ainda não comprou e, portanto não pode opinar sobre ele, automaticamente se pensa no desejo de comprar tal produto, e se pergunta onde comprar para depois contar para as outras madames, a conquista do produto e suas experiências nessa ação de consumo. ”Eu fiquei louca para comprar a panela que frita sem óleo, todas as minhas amigas já tinham, menos eu. Um dia conversando com elas na casa da “fulana”, decidi comprar no shopping perto de casa, comprei antes de voltar pra casa, e usei no mesmo dia.” (Stela).

Nas viagens de lazer, mulheres também buscam comprar equipamentos para compor a cozinha da família, já que em muitos casos aqui no Brasil ainda não existe para venda, ou se existe é muito caro. Para ela, é chique anunciar que tal utensílio foi trazido de Miami ou de Milão, etc. Nas entrevistas as mulheres apontam esse hábito nas viagens e dizem gostar dessas compras, principalmente porque existe uma ligação desse consumo a um status de poder, e de estar “antenada” ao mais novo brinquedo da moda.

A maioria das entrevistadas de Assunção (2008) apresentou o cozinhar com suas mães e consideram as comidas das progenitoras mais simples e grosseiras. Tendem a elogiar pratos rápidos e práticos e tem um interesse em preparar refeições de um prato só. São valores modernos que se fazem presentes na cozinha. O fogão a lenha vai sendo substituído ou inutilizado bem como a prática de matar os animais, sendo menos feitos pelas filhas que vieram para cidade.

A preparação da comida e o conhecimento que constrói sobre as preferências alimentares dos membros da família constituem laços das relações familiares que perduram ao longo dos anos. A comida tem o potencial de transformar estas relações em memórias, evocadas através do cheiro e do gosto. É nesta dinâmica que a

maternidade enquanto valor social, representada na comida da mãe, é transmitida e “realimentada”. (ASSUNÇÃO, 2008, p.250).

Este comportamento de compra anunciado por nossas entrevistadas, o que e porque se consome, é interessante para nós, porque podemos confirmar nossa hipótese de práticas e rituais de consumo no que diz respeito ao pertencer social através de bens e a busca em demonstrar isso para os demais, garantindo assim sua aceitação no novo grupo. Não menos importante, é a consciência destas consumidoras em escolher produtos x e não y, já que se quer atingir um objetivo.

E o objetivo nesse caso, para essas mulheres é fincar sua ancora para sempre nessa nova classe social a que começam a pertencer e esquecer, e principalmente nunca mais voltar a camada anterior a que pertenciam na sociedade.

Depois que compramos esse apartamento muito maior e bonito, só entra na minha cozinha coisa de qualidade, gosto de trazer coisas de nossas viagens, adoro eletrodomésticos que facilitem minha vida, quando fui para Miami, me acabei de comprar, lá tem de tudo e muito mais bonito e barato, não quero ter uma cozinha como tínhamos lá em casa antes de mudar, era tudo velho, feio, atrasado, agora não, procuro estar antenada nas novidades pelos programas de TVs que sempre estão anunciando coisas novas e também converso bastante sobre isso com minhas amigas do condomínio, elas sempre me dão um toque.” (Sônia, 2014).

7. Madames? Além de um padrão de consumo como estratégia de ascensão social e de identidade

Como pode ser visto nesta exposição, nossa preocupação foi mapear o comportamento do consumo de mulheres da classe baixa/média em ascensão social e da busca por uma identidade em Cuiabá. Nossa busca foi pelo sentido simbólico das práticas alimentares e ou todas as relações ligadas a elas. Consultamos algumas pesquisas relacionadas ao tema do consumo de alimentos e o que se come, e percebemos que “Os “hábitos alimentares” têm, assim, a sua existência constatada pela produção ou pelo consumo agregado, mas não pela ótica das pessoas que teoricamente, os possuem”. (BARBOSA, 2007, p.89).

Acreditamos que essa parcela da sociedade entrevistada, procura “hoje nos bens e serviços suas propriedades simbólicas, como vias expressas de obtenção e manutenção de um status.” (BARBOSA, 2006, p.11). Porém, também perseguimos uma crítica a acreditar que os consumidores são apenas “sujeitos passivos” do capitalismo, do marketing e da propaganda. (BARBOSA, 2006).

O material aqui analisado, não teve, portanto a pretensão de se dizer o que já está dito, porém além de, analisar as escolhas dessas mulheres como pessoas que sabem o que querem e por este motivo consomem certo produto e não o outro. Logo, ao contrário do que se possa pensar, a escolha parte delas e não de uma imposição mercadológica apenas, pelo contrário, o mercado demonstra opções e elas escolhem cientes do

porque escolhem. Interessante, portanto perceber que além da comida comunicar este pertencimento de classe social. Também se pode fazer uma leitura de autonomia e consciência no consumo dessas mulheres.

Na verdade, o mais importante é poder desvendar através das falas em que se deixa claro que, as ações sociais deste grupo ligadas ao alimento e ao comer, as escolhas não são totalmente manipuladas como se elas fossem marionetes na hora da compra. Pertinente então, continuar pesquisando comportamentos relacionados ao consumo na busca de respostas sem um princípio moralista na explicação do consumo, no qual, percebam o indivíduo como pensante e apto para escolher com objetivos claros do que se está consumindo.

Referências Bibliográficas

ASSUNÇÃO, V. K. Comida de mãe: notas sobre alimentação, família e gênero. Caderno Espaço Feminino, v.19, n.01, Jan./Jul., 2008.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARBOSA, L. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, ano 13, n. 28, p. 87-116, jul./dez, 2007.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

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

DOUGLAS, M., ISHERWOOD, B. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

ELIAS, N. O Processo Civilizador: uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

MAGALHÃES, C. Comida de Comer Comida de Pensar. Revista Cadernos de Debate. Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação. UNICAMP, v.III, p.29-57, 1995.

MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. Revista Brasileira de Ciências Sociais. V. 16 n. 47, p. 32-47, 2001.