

Comida como processo comunicacional

La comida como proceso comunicacional

Food as a communicational process

Daira Martins Botelho²²⁷

Resumo: A comida envolve vários processos para que chegue a qualquer mesa: higienização, cocção, harmonização. A comunicação também é cercada de elementos para que se dê de forma eficaz. No entanto, alguns dos caminhos comunicacionais não estão atrelados às formas tradicionais de comunicação e é disso que se trata essa pesquisa. O artigo, embasado pela teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão e do estudo da linguagem culinária proposto por Massimo Montanari, tem como objetivo a busca de elementos práticos para analisar o processo comunicacional da comida. Para tanto, foi aplicado um questionário sobre comida cotidiana e comida de festa, que teve como respostas subsídios para pensar a comida e seu discurso na sociedade.

Palavras-chave: Comunicação, Comida, Cultura.

Resumen: La comida implica varios procesos para llegar a cualquier mesa: limpieza, cocción, armonización. La comunicación también está rodeada de elementos para que pueda tener lugar de forma eficaz. Sin embargo, algunas de las vías de comunicación no están vinculadas a las formas tradicionales de comunicación y de eso trata esta investigación. El artículo, basado en la teoría de la comunicación popular de Luiz Beltrão y el estudio del lenguaje culinario propuesto por Massimo Montanari, tiene como objetivo buscar elementos prácticos para analizar el proceso comunicacional de la comida. Para ello, se aplicó un cuestionario sobre alimentación diaria y comida de fiesta, que tuvo respuestas para subsidiar el pensamiento sobre la alimentación y su discurso en la sociedad.

Palabras Clave: Comunicación, Comida, Cultura.

²²⁷ Daira Martins Botelho. Doutora pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. Docente na Universidade Paulista – UNIP – Bauru. Brasil. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br.

Abstract: Food involves several processes to reach any table: cleaning, cooking, harmonization. Communication is also surrounded by elements so that it can take place effectively. However, some of the communication paths are not linked to traditional forms of communication and that is what this research is about. The article, based on the theory of Folkcommunication by Luiz Beltrão and the study of the culinary language proposed by Massimo Montanari, aims to search for practical elements to analyze the communicational process of food. To this end, a questionnaire was applied on everyday food and party food, which had responses to subsidize thinking about food and its discourse in society.

Key words: Communication, Food, Culture.

Introdução

Ao observar mulheres polonesas americanas, Hauck-Lawson (1998) se atentou para seus hábitos alimentares, bem como a preparação, o consumo e a celebração da qual a comida fazia parte. O objetivo da pesquisadora era entender de que maneira a alimentação e seus processos atuavam de maneira simbólica, com especificidades para cada grupo ou família, com o objetivo de ouvir a “voz da comida”.

O estudo de Hauck-Lawson foi uma das bases para a “comida narrativa”, termo da psicóloga Denise Amon, que reforçou o argumento de que a comida pode ser uma contadora de histórias. Seu trabalho foi analisar receitas de sua família e de menus de um bistrô, no qual pôde participar do dia-a-dia

e conhecer o cotidiano de uma cozinha profissional.

Para exemplificar os significados e ressignificações da comida, lança-se mão da teoria da Folkcomunicação, mais propriamente do objeto de estudo responsável por sua origem: os ex-votos. O processo observado por Luiz Beltrão na década de 1970 mostrou-se mais à frente da comunicação oral ou da escrita, o que o jornalista e pesquisador fez foi tentar entender o que aqueles objetos queriam dizer. De certa forma, Beltrão ouviu a voz dos ex-votos e foi capaz de lê-los para compreender seu contexto e atestar sua funcionalidade diante das situações que buscavam representar. Para elaborar a teoria, Beltrão atentou-se a uma forma diferente de comunicar que sempre existiu, mas que foi

abafada por conta da grande expansão dos meios de comunicação de massa à época. O autor afirmou que se tratava de "um vocabulário escasso e organizado dentro de grupos de significados funcionais próprios" (BELTRÃO, 2004, p. 38-39). Por isso, indica-se como tema central desta investigação o potencial comunicacional da comida.

Objetivos

Trata-se de incitar o desenvolvimento do pensamento e uma discussão que trabalha a comida como um vetor comunicacional, como base de um processo comunicativo cerceado por códigos, assim como Beltrão (2004) observou nos objetos de estudo da Folkcomunicação. Toma-se a abordagem teórica para a realização da pesquisa em busca de referenciais que ajudem a pensar os códigos comunicacionais da comida e, ainda, a aplicação de um questionário para, a partir dele, observar tais códigos existentes na percepção dos indivíduos ao cozinhar e ao relacionar a comida cotidiana e a de festa.

A pesquisa

Para compreender melhor as narrativas existentes no ato de comer e, também, ao ofertar o cozinhar de cada um ao outro, optou-

se pela aplicação de um questionário em grupos do *Facebook*, composto por perguntas abertas e fechadas, que ficou disponível durante 5 dias, pois o número de respostas proposto (cem) foi atingido nesse período de tempo.

Participaram pessoas entre 19 e 74 anos, sendo que houve maior quantidade de respondentes que possuem cerca de 30 anos de idade. A maioria das respostas vêm de um público feminino, somando 77%, outros 22% são representados por pessoas do gênero masculino, e 1% preferiu não dizer.

Em relação à origem, foram obtidas contribuições do México (5) – de lugares como Chiapas e Cidade do México, e Venezuela (1), mas a maioria foi do Brasil, com 94 respostas. Desse país, a maioria dos dados veio de pessoas residentes no Estado de São Paulo e entre outros Estados constatados estão Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Minas, Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Os questionamentos estiveram centrados na percepção desses indivíduos sobre a comida cotidiana e de festa, com o intuito de fazer com que as pessoas realizassem uma comparação entre um tipo de refeição e outro

para que fosse possível “enxergar” as especificidades e também a intenção de um comensal ao servir.

Comparações entre comida cotidiana e comida de festa

O primeiro ponto a ser ressaltado é a importância que os entrevistados deram para a comida nos dias de festa. Assim como existem a relevância da alimentação na religião ou nas criações dos mitos e hábitos (LÉVI-STRAUSS, 2006; 2010), por meio dos dados observou-se um apreço pela comida, como mostra o Gráfico 1.

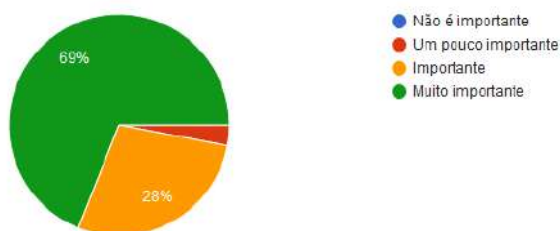


Gráfico 1. Importância da comida em uma comemoração. Fonte: da autora, 2020.

No Gráfico 1, 3% das pessoas afirma que a comida é “um pouco importante”, e nenhuma delas indicou que esse não seja um elemento significativo para os dias comemorativos.

Em comparação ao que é servido no dia a dia e o que é posto à mesa nos dias de festa trouxe um apontamento que reitera o que foi

dito acima, pois mostra que, para a maioria das pessoas, a comida cotidiana é diferente do que é servido em uma ocasião especial, seja ela uma grande festa ou reunião mais íntima, como exemplificado no Gráfico 2.

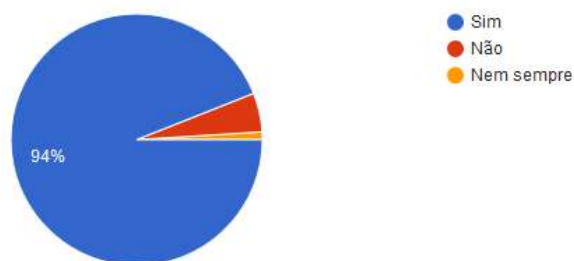


Gráfico 2. Diferença entre alimentação diária e comida de festa. Fonte: da autora, 2020.

De acordo com o Gráfico 2, uma pessoa afirma que “nem sempre” há alteração no cardápio nas diferentes ocasiões e cinco relatam que não fazem distinção entre a comida de festa e a cotidiana. No entanto, visualmente é possível observar o contraste das 94 pessoas que dizem fazer uma comida diferente ao receber uma visita.

O interessante foi notar as justificativas dadas pelos respondentes. Afirmativas como “Ocasões especiais, comidas especiais. Dias normais, comidas normais” e “Momentos especiais, comidas especiais” corroboram para muitas outras respostas que levam a um “cardápio mais elaborado”, comidas mais “calóricas”, com pessoas até exemplificando o que servem nesses dias: “em festas ou com

visitas a comida não é a 'de sempre' (arroz, feijão, carne, salada), é algo mais 'especial' (tipo salgados, pizza, cachorro quente, bolo, etc); "a comida que como no dia a dia é mais simples (prato de arroz, feijão, bife, sopa, etc). Numa visita/festa, normalmente é algo diferente, que não se come normalmente, como churrasco, estrogonofe, lasanha, pizza, esfirra, salgadinhos, etc." ou "nas festas as comidas são mais temáticas. Por exemplo: festa de aniversário tem churrasco ou salgadinhos. Tem as festas com caldos, feijoada e doces. Normalmente não consumo doces no dia-a-dia".

Dados relevantes foram trazidos pelos entrevistados. Um deles foi o tempo, considerado um ponto pouco favorável para o cozinhar do dia a dia, fazendo com que o cardápio seja mais básico, até repetitivo, pois não é possível se dedicar tanto a essa atividade durante os afazeres da semana, por exemplo. Jesús Contreras²²⁸ se ateve ao tema "tempo" para afirmar que esse é um dos aspectos cruciais para a cozinha e para a alimentação – haja vista a quantidade de pessoas que passou a cozinhar durante a pandemia justamente pelo estabelecimento de outra relação com o tempo durante essa

fase mundial. Para o autor, a globalização foi um grande divisor de águas no modo de comer – por conta da compressão espaço-tempo, abordada por Hall (2002), e isso levou a sociedade a uma ruptura com a comensalidade, fato que é perceptível também na pesquisa, visto que existe uma maior dedicação nos dias festivos, justamente por conta desse tempo que é dispendido para ocasiões especiais.

Outro aspecto indicado pelos respondentes foi o financeiro. Alguns afirmaram que a comida de festa também é mais cara e, por isso, não é viável para ser feita todos os dias, o que confere mais uma particularidade a essa narrativa alimentar.

Algo considerável mostrado na pesquisa foi a preocupação com o outro, momento onde o anfitrião cede sua posição de único detentor do gosto para os pratos a fim de considerar o paladar dos seus convidados. Algumas pessoas pontuaram que têm uma dieta mais equilibrada cotidianamente, por questões de saúde e/ou economia, o que é modificado nos dias de festa, pois elas "se permitem comer mais besteiras", além de levar em consideração o gosto dos convidados. Uma pessoa alegou "respeitar o gosto" das visitas,

²²⁸ Conferência realizada no dia 15 de setembro de 2020, na abertura do IV Colóquio de História da Alimentação e Abastecimento na Amazônia.

já outra disse que muda o cardápio “talvez por querer agradar”, o que significa que essa elaboração da comida de festa mostra um certo sair de si para encontrar o gosto do outro, independentemente do porquê, como pode ser lido no comentário: “[porque] quando eu recebo visitas sempre tento fazer o melhor pra elas enquanto pra quando eu almoço ou janto sozinho só o básico já basta”.

Além da intenção de saber a relação entre comida cotidiana e de festa, buscou-se explorar o grau de envolvimento dessas pessoas como o ato de servir ou, mais especificamente, agradar seus convidados. Para tanto, questionou-se sobre a disponibilidade em cozinhar nos dias de festa – quando a refeição é diferenciada – e as respostas podem ser visualizadas no Gráfico 3.



Gráfico 3. Preferência por cozinhar ou encomendar comida nos dias de festa. Fonte: da autora, 2020.

Para essa pergunta foram dadas duas opções: “prefiro cozinhar” ou “encomendo tudo”, mas foi permitida a adesão de respostas de acordo com a particularidade de cada entrevistado. Entre as respostas adicionadas estão: “para festas encomendo, para visitas cozinho”; “encomendo uma parte e cozinho outra”; “não tenho uma preferência, depende da ocasião, tempo e convidados”;

“um misto dos dois, cozinho e compro dependendo da ocasião”; “sempre encomendaria se tivesse como pagar. Então às vezes tem que cozinhar mesmo”; “faço uma parte”; “meio a meio”; “depende da festa e depende da visita”; “depende do que quero comer”; “depende da minha vontade”; “prefiro cozinhar, mas, quando não é possível (seja pelo número de convidados, seja pela

organização cotidiana) encomendo sem problemas". O quesito "depende" apareceu algumas vezes, sendo indicado de acordo com o tempo, com o tipo de festa, quantidade de pessoas; outras pessoas pontuaram também o "os dois" ou "um misto dos dois".

De acordo com as respostas, o Gráfico 3 mostra que a maioria das pessoas prefere cozinhar para aqueles que irão receber, mas, como citado acima, o tempo ainda se apresenta como um dos elementos de diferenciação, seguido pela questão do orçamento.

Como justificativa para esse comportamento, muitas pessoas que encomendam disseram que não possuem habilidades na cozinha ou que preferem pedir comida por ser mais prático, "para não ficar focado em cozinhar, e perder a festa", além do fato de que cozinhar configura "muito trabalho e depois tu não aguenta a festa! Melhor pedir e relaxar".

Por outro lado, aqueles que preferem cozinhar para os convidados o fazem por diversos motivos: ter certeza do que está servindo, controlar o que está sendo feito e planejado, gostar de cozinhar e ter conhecimento para realizar os preparos necessários. Mas entre as respostas, a palavra que mais apareceu foi afeto, muitos

acreditam ser essa uma forma de demonstrar carinho ao receber: "gosto de cozinhar para as pessoas que são importantes pra mim"; "por que acho mais gostoso e acolhedor"; "é uma forma de imprimir afeto"; "adoro ir para a cozinha, testar e adaptar receitas. Acredito que é diferente quando você mesma coloca a mão na massa e prepara comidinhas para os seus convidados, tem outro sabor, é afetivo e atencioso"; "amo cozinhar e demonstro carinho e atenção pela visita"; "gosto de oferecer e fazer com amor"; "prefiro cozinhar porque geralmente a comida acaba sendo o motivo do encontro"; "tenho muito prazer em cozinhar e compartilhar o alimento. Acho importante fazer a comida que vai ser servida na festa, mantém as tradições familiares e, também, imprime a alma das minhas 'festas', onde todos esperam por isso, faz parte da minha 'festa', reunião, comemoração"; "garantia de qualidade, carinho e aconchego"; "gosto de cozinhar, de demonstrar carinho e afeto em forma de comida"; "ao cozinhar, consigo personalizar. Além disso, é uma forma de carinho e respeito com os convidados"; "me gusta agradar a las personas con lo que cocino". E, como essas, há muitas outras respostas que remetem ao amor, ao afeto, ao respeito em receber e oferecer aquilo que é considerado mais

peçoal, feito com as próprias mãos e, de acordo com os entrevistados, denota mais carinho. Até mesmo aqueles que não sabem cozinhar, nutrem esse sentimento: “não sei cozinhar, se soubesse eu faria porque acho que é uma forma de o anfitrião demonstrar afeto ativo”.

Para outros, a comemoração vai muito além de, somente, o ato de comer, o cozinhar também faz parte da construção dessa linguagem comunicativa: “cozinhar é um hobby e o melhor da festa são os preparativos com a equipe (nos últimos tempos família). É onde desfrutamos o estar juntos. (Comemoramos a vida sempre)”; “é mais interessante se envolver com a comida de forma total. Pois o simbolismo da construção do sabor e da transformação culinária também é parte da festa”.

Considerações

O alimento transformado em passa a ter sentido. Essa é a construção que se dá em torno desse ato humano responsável pelo patamar que a humanidade atingiu em termos sociais, econômicos e culturais. Beltrão (1980; 2004) trouxe em seus estudos diferentes sistemas de comunicação cultural, envoltos sempre pela manifestação do povo e suas formas de se comunicar, uma maneira nem

sempre legitimada, mas de uma efetividade sem igual. Por suas observações do local, do regional, o autor passou por elementos que caracterizam a busca por uma linguagem não necessariamente tradicional, por canais diferenciados, com objetos que, até então, não tinham “voz” dentro da academia sob o viés comunicacional. Considerada por ele como “enigmática”, essa é uma forma de comunicação que carece de descobertas e capacidade de decifrar o “[...] segmento semântico codificável, no emaranhado de sons, ritos, movimentos e imagens que o encobrem, constituindo o segmento estético, não decodificável racionalmente” (BELTRÃO, 2004, p. 69). O autor faz referência ao discurso folclórico, com suas práticas, no entanto, essa percepção pode ser aplicada a outras esferas sociais, como qualquer manifestação cultural. Seu olhar é, aqui, aplicado à comida, já que esse discurso reitera, vai além e não se trata somente do que pode ser verbalizado, “[...] mas também meios comportamentais e expressões não-verbais e até mitos e ritos que, vindos de um passado longínquo assumem significados novos e atuais, graças à dinâmica da Folkcomunicação” (BELTRÃO, 2004, p. 72).

Por isso, tomamos a importância da codificação dos elementos comunicacionais

da sociedade e aplicamos à comida, essa prática tão comum, mas necessária e considerada até desprezada por Michel de Certeau (1996), mas que, por meio da Folkcomunicação, consegue entender a metalinguagem envolvida no processo culinário.

Como visto na pesquisa, a vontade de cozinhar para as pessoas tem muito a ver com a preocupação e o cuidado com o que será servido, trata-se de uma linguagem que foi destrinchada por Montanari (2013), na qual o autor classifica as preparações de acordo com a gramática: o léxico que representa a própria comida (produtos que podem ser incorporados – ou não – pela dieta das pessoas por questões econômicas, sociais, culturais, de gosto, de religião, de posicionamentos políticos, etc), a morfologia (diz respeito aos modos de preparo, cozimento e possíveis adaptações); a sintaxe, representada pela ordem de servir, como as refeições (entrada, prato principal, sobremesa). Sendo assim, para o autor, comida é discurso.

E nesse emaranhado de linguagem está a busca dos entrevistados por se fazer “ouvir”, “ler”, “ver”, “sentir” por meio da comida, uma vez que o modo de servir ao outro é responsável, ademais, por dizer muito sobre quem serve, evidenciando a existência de uma

mensagem nesse espaço de comunicação configurado pela refeição. É a mesa servindo como palco, ou melhor, teatralizando a vida cotidiana, de acordo com Maffesoli (2002), como mostra uma resposta da pesquisa: “Pela ritualização da ocasião. Cuidar do cenário (roupas de mesa, louças) e do cardápio, tornando-os distintos do cotidiano, contribui para marcar a diferenciação do momento.”. Esse ritual indicado pelo respondente remete ao elo de comunicação existente entre todos os componentes e que vai sendo construído ao longo do cozinhar, do servir, do partilhar.

A mesa / o comer permite a comunicação e a desenvolve desde o momento da escolha dos ingredientes até o final de uma refeição, isso porque, assim como os ex-votos explorados por Beltrão, a comida traz consigo mais do que somente aspectos nutricionais, ela é carregada de símbolos, de ritos (“Cozinhar é um ato de amor, troca de energia.”), até mesmo regras, haja visto a diferenciação feita na comparação entre pratos cotidianos e de festa, o que confere a cada discurso uma intenção diferente.

O preparar, o receber, o não dito presente em cada prato pode ser demonstrado pelas respostas apresentadas na pesquisa realizada para este artigo, a vontade de agradar, de compartilhar o afeto por meio do servir, tudo

isso faz parte da linguagem da comida, por isso a comida comunica e, como questiona um entrevistado: "Há outra forma de receber bem alguém?".

Referências

AMON, D. (2014). *Psicologia social da comida*. Petrópolis, RJ: Vozes.

BELTRÃO, L. (1980) *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez.

BELTRÃO, L. (2004). *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP.

CERTEAU, M. (1996). *A invenção do cotidiano*. 2. morar, cozinhar. Trad. Ephraim F Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes.

HALL, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

HAUCK-LAWSON, A. S. (1998) When food is the voice: a case study of a Polish-

American woman. *Journal for the Study of Food and Society*, Vol. 2, No. 1, p. 21-28.

Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.2752/152897998786690>

592. Acesso em:

jun/2016.

LÉVI-STRAUSS, C. (2006). *A origem dos modos à mesa*. Mitológicas v. 3. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. São Paulo: Cosac Naify.

LÉVI-STRAUSS, C. (2010). *O cru e o cozido*. Mitológicas v. 4. Trad. Beatriz Perrone-Moisés. 2ª ed. São Paulo: Cosac Naify.

MAFFESOLI, M. (2002). Mesa, espaço de comunicação. In: DIAS, C. M. M. (2002) *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri, SP: Mande.

MONTANARI, M. (2013). *Comida como cultura*. São Paulo: SENAC.