

## De Acarajés e Hamburgers.

Talvez devesse chamar este texto de *À mesa com Vivaldo da Costa Lima*, roubando o título da palestra de 1983 em homenagem aos cinquenta anos da publicação de *Casa Grande e Senzala* de Gilberto Freyre, pois foi assim que me senti ao longo deste diálogo com alguns artigos do prof. Vivaldo: como se estivéssemos conversando diante de um bom prato de comida baiana. Dividi o texto em duas partes: na primeira comento o artigo *Por uma antropologia da alimentação*, que foi escrito por Vivaldo da Costa Lima da Costa Lima para aula inaugural do curso de mestrado em Sociologia em 1994, e na segunda parte, cometo a heresia de comparar acarajés e hamburgers .

Não conhecia pessoalmente o prof. Vivaldo da Costa Lima, conheci-o através de artigos, referências e citações, que é como os autores gostam de o sê-lo. Sei de sua importância na antropologia da Bahia e nacional, ele que pertenceu à geração autodidata dos primeiros antropólogos brasileiros, pois como não havia um curso universitário que os formasse antropólogos, alguns cursaram a Medicina (caso dos Profs Oswaldo Rodrigues Cabral e José Loureiro Fernandes, respectivamente em Santa Catarina e Paraná), outros, como prof. Vivaldo da Costa Lima, Odontologia. Influenciados pelo modelo norte-americano de "antropologia dos quatro campos" buscavam fazer uma antropologia associando a arqueologia, antropologia lingüística, a biológica e a cultural. Há uma saudável busca de interdisciplinariedade nesta geração que acho está sendo retomada hoje por outros caminhos (Grossi 2005).

Aproprio-me de uma confissão pessoal do autor em *Por uma antropologia da alimentação* para arriscar uma interpretação (psicanalítica?) do seu interesse acadêmico pela alimentação: como não se interessar por comida e bebida tendo tido como pai o famoso inventor do vinho Jurubeba Leão do Norte, em Feira de Santana, em 1920, cinco anos antes do seu nascimento?

Admito que resisti à tentação de, ao invés de resenhar-lo, simplesmente reproduzir o texto *Por uma antropologia da alimentação*, através de citações, o que talvez fosse mais saboroso para todos nós. Trata-se de um manifesto pró-antropologia da alimentação - a alimentação em sentido abrangente que inclui "todo um sistema que vai da produção ao consumo e envolve as formas de interação social, de expressão simbólica e de ritualização" e de interdições. Vivaldo da Costa Lima da Costa Lima propõe que se crie uma disciplina na pós-graduação de antropologia da alimentação, e dá indicações do que seria o programa: necessariamente teria uma ou duas unidades introdutórias aos campos da fisiologia e da nutrição, e depois se concentraria em uma abordagem mais

sociológica e mais histórica.

Se o texto é um manifesto, como o título antecipa, nem por isto é desprovido de humor. Vivaldo da Costa Lima da Costa Lima é um autor com parêntesis encantadores, capaz de nos fazer rir com observações espirituosas, como quando se diz "aposentado, mas não inativo" ou como numa entrevista que li recentemente em que atribuía sua longevidade aos cuidados da Medicina: "Sobrevivi até esta idade por causa dos médicos, que me salvaram muitas vezes. E outras vezes apesar dos médicos, que quase me matam". É sobre um autor muito ativo, jocosos, irônico às vezes que gostaria de falar.

Pensar a alimentação no Brasil requer sempre falar também da fome e não é à toa que o primeiro autor citado por Vivaldo da Costa Lima da Costa Lima neste texto é justamente Josué de Castro, uma antropologia da não-alimentação. Uma coincidência: outro autor lembrado no início do texto como especialista em comida é o africanista Louis-Vincent Thomas que tive como orientador ao final dos anos 80. Vivaldo cita *Essai d'analyse structurelle appliquée à la cuisine Diola*, um artigo publicado no boletim do Instituto Francês da África Negra. Ora, apesar de ter feito com Thomas uma tese sobre alimentação, ele nunca me passou este artigo, e foi uma surpresa encontra-lo aqui referido. Neste texto, Thomas se indignava com a raridade das pesquisas sistemáticas e profundas sobre a culinária pois a cozinha seria "um reativo (a metáfora química é sua) de rara sensibilidade para avaliar a cultura de uma civilização... a cozinha é uma linguagem que se deve saber interpretar para melhor compreender os costumes de um povo". Segundo Vivaldo da Costa Lima da Costa Lima, Thomas "dava assim início a uma abordagem estruturalista, marcadamente influenciada pelas idéias de Lévi-Strauss que, por então, não publicara ainda suas *Mithologiques* (Lévi-Strauss 1966), mas já lançara os fundamentos de uma análise estrutural da alimentação com seu artigo seminal o *Triângulo Culinário*" (Lévi-Strauss 1965).

E aqui Vivaldo da Costa Lima se revela um autor atento a datas e a edições. Nem todos sabem que o *Triângulo Culinário*, publicado na revista *L'Arc* antecede os *Mitológicas*, até por ser um capítulo de *Mitológicas*. Para o autor, ele reserva um lamento: "é pena que Lévi-Strauss não tenha vindo à Bahia pra conhecer nossas positivíssimas misturas de azeite e pimenta o que certamente as colocaria num determinado espaço de suas fascinantes criações geométricas."

O que me chamou atenção em *Por uma antropologia da alimentação*, e que aparece também em outro texto seu, *Alimentação e trópico: uma proposição metodológica* (Lima 1987:164-171), é a pluralidade de referências. Suas referências são extremamente abrangentes e não me refiro apenas aos autores consagrados na disciplina,

de Frazer a Freyre, passando por Boas, Malinowski, Audrey Richards, Mauss, Douglas, Mead, Leroi-Gourhan, Goody, Mintz, Geertz. Sobre a relação entre comida e identidade, Vivaldo da Costa Lima por exemplo, foge ao lugar comum que é a referencia sempre citada do aforisma do gastrônomo francês Brillat-Savarin ("Você é o que você come") indo buscar na peça de Shakespeare *Júlio César* um diálogo em que Cássius pergunta a Brutus: "De que comida esse nosso César se nutriu que o tornou tão grande?". E, depois, no Baghavad-Gita, o livro sagrado do induísmo, encontra a indicação das comidas apropriadas para as pessoas de diferentes temperamentos, o quê ecoa Hipócrates.

Vivaldo da Costa Lima (*Para uma antropologia da alimentação*) percorre com uma grande intimidade e erudição textos ainda pouco explorados, demonstrando mais uma vez que o modelo de parentesco lingüístico adotada pelos intelectuais no Brasil é fecundo: por termos uma língua-mãe exótica na acadêmica, acabamos namorando o inglês, o francês, e o espanhol, sem necessariamente esposar um idioma e assim, mantendo com todos uma relação amorosa, muito mais próxima do que a que eles mantêm entre si. É assim com Vivaldo da Costa Lima, que nos apresenta o Sr. Chang, um especialista chinês em alimentação, por exemplo. Da China, Vivaldo da Costa Lima volta a França, para destacar a escola francesa dos *Annales*, especialmente o número 28 dos seus cadernos, *Por uma história da alimentação*, de 1970 que é de fato a referencia básica de tudo o que se tem escrito na França recentemente sobre a história ou a etnologia da alimentação. E destaca também a revista trimestral *Food and Foodways*, editada a partir de 1976 pela Universidade de Cornell (e que infelizmente não é mais publicada), organizada por Jean-Louis Flandrin e Stephan Katlan. Hoje já falecido mas reconhecido como uma das maiores autoridades em estudos de alimentação na França, Flandrin, que residia em um simpático apartamento localizado curiosamente na Rue Brillat-Savarin, próximo Cité Universitaire de Paris, animava um seminário na École do qual participavam os principais pesquisadores sobre alimentação na França, Claude Fischler inclusive, e que recebiam seguidamente a visita de outros colegas europeus, no qual tive a honra de intervir nos anos 90 falando de fast-food.

Da França, para os estudos anglos saxões, para Jack Goody: Vivaldo da Costa Lima confessa que o estudo sobre a comida da África Ocidental de Goody influenciou intensamente as suas posições teóricas nos estudos sobre a cozinha regional do recôncavo bahiano, onde se constata a ausência da chamada alta cozinha. E para Mary Douglas, para seu artigo *Deciphering a Meal*, que é citado a partir de uma coletânea menos conhecida (este artigo aparecerá depois em várias outras coletâneas), organizada por Geertz (1971) - as freqüentes citações desse

artigo raramente remetem ao livro de Geertz e sim aos posteriores.

Sobre os estudos antropológicos da alimentação no Brasil, Vivaldo da Costa Lima, é claro, vai apontar como estando sua origem em Gilberto Freyre, no livro *Nordeste* e de modo mais definitivo em *Casa Grande e Senzala*, detendo-se um pouco mais para comentar o livro *Açúcar*. Freyre seria, segundo ele, "o primeiro sociólogo brasileiro a tratar seriamente de um assunto até então relegado às categorias secundárias da investigação científica", não deixando de lembrar com certa amargura que ao contrário de Freyre, outro estudioso conhecido do açúcar, Sidney Mintz nunca recebeu censura por sua microssociologia, ou pelo tema culinário de suas abordagens.

Delicioso neste artigo de Vivaldo da Costa Lima, para além do competente e inspirado mapeamento do campo da antropologia da alimentação até o ano de 1994, são os parêntesis. Há parêntesis para comentar a mutilação editorial no livro *A Interpretação das Culturas* (Geertz 1978), em que Vivaldo se enraivece com a "ridícula economia de papel que levou até omitir bibliografias e notas dos textos originais", parêntesis de meta-comunicação em que comenta seu uso de determinadas palavras ou expressões, entre outros. São marcas de oralidade no texto, mas também servem para marcar a erudição e a irreverência de um professor consagrado que é capaz de olhar em volta e ter uma opinião consistente e ainda assim espirituosa.

## **Hambúrguer e acarajés**

Peço licença para me afastar do texto de Vivaldo da Costa Lima nesta segunda parte de minha fala. Isto se deve a uma observação do prof. Peter Fry quando comentávamos este evento, há algumas semanas, em Porto Alegre. Para melhor me localizar na obra sobre alimentação do seu amigo Vivaldo, Peter me contou que apreciava especialmente um pequeno comentário sobre o acarajé: Vivaldo da Costa Lima escrevera em um artigo sobre acarajé que, ao contrario do que acontece nos restaurantes, onde o garçon se curva para entregar o prato de comida, no caso do acarajé quem se curva é o cliente. Esta inversão, a reverência do comedor diante do tabuleiro da vendedora de acarajé, expressivamente indica a dignidade da baiana que produz o alimento diante do qual nós, humildemente, nos inclinamos. Um detalhe, mas extremamente significativo e tão bem sublinhado por Peter Fry.

Esta reverência me deixou pensando o quanto distante estávamos da prática de um fast-food, estes restaurantes globalizados que tem sido um dos meus objetos de estudo. E é sobre esta relação remota, longínqua, entre os meus conhecidos hamburguers e os acarajés que adoro saborear, mas cujos múltiplos significados ignorava até ser apresentada a eles por

Vivaldo que gostaria de tentar me exercitar.

O prof. Vivaldo da Costa Lima é especialista na "cozinha-de-azeite", como denomina, e nesta nos acarajés. É um acarajecêntrico assumido e orgulho; as hamburgecênticas geralmente iniciam as exposições um pouco envergonhadas de o sê-lo. Sim, porque talvez nos pudéssemos localizar acarajés e hamburguers nos dois extremos simbólicos das possíveis tomadas alimentares; uma, a do acarajé, recheada de significados, patrimônio imaterial, sagrada como ele nos mostrou ontem a noite; a outra, vista por muitos como poluente, *junk-food*, oca de simbolismo. Mary Douglas (1984), uma especialista nas fronteiras do social e suas transgressões, cita um romancista inglês que descreve como infantis as tomadas alimentares dos seus personagens, que se alimentavam de lanches, os quais são associados muito mais aos fast-foods do que os acarajés. Somos obrigados a reconhecer, para além de todo nosso relativismo, que há uma enorme distancia entre o hambúrguer e o acarajé, mesmo o acarajé profano, o que os turistas comem "olhado o mar da Bahia" – e é ele – e não o acarajé sagrado do terreiro – que terei em mente ao longo deste texto.

Mas antes de ver o que os distancia, vejamos o que os aproxima. Tanto o hamburger quanto o acarajé poderiam ser considerados lanche (tomada alimentar desestruturada) e opostos a refeições (tomadas alimentares estruturadas) se seguíssemos as indicações de Mary Douglas no artigo referido por Vivaldo da Costa Lima. Ou seja, ambos são realizados sem um horário fixo, sem as prescrições que marcam as tomadas no comensalismo, geralmente num tempo menor do que as refeições. São comidas rápidas, que podem se constituir em uma tomada alimentar isolada, sem acompanhamentos outros, um *finger-food* que se ingere em pequenas porções, que não interrompe por muito tempo a atividade, realizada talvez, entre uma caminhada e outra. Alguns relacionam estas tomadas com as errâncias dos nossos antepassados primatas coletores...daí talvez o pouco sucesso que as *snacks* tem na nossa representação de comida, sendo vistos como menos nobres que as *refeições* pelos usuários e até por alguns antropólogos (Douglas 1984).

Ainda que não seja um *fast-food*, o acarajé se aproxima do hamburger também porque ambos são tomadas alimentares sincrônicas, ou seja, tudo o que se come se apresenta ao mesmo tempo – não no prato, pois eles o dispensam. Ambos são comidas com a mão, o que é banal nas práticas alimentares africanas e na de muitas outras culturas, mas em geral considerado uma transgressão nas sociedades complexas moderno-contemporâneas. Ambos são ingeridos em público, em pontos de vendas, diante de estranhos – e sabe-se que nem todas as refeições o são, em Bali, como nos mostra Geertz (1978:286), os alimentos devem ser ingeridos em isolamento por evocarem a animalidade que deve ser evitada a todo

custo. E ambos se localizariam, no citado triângulo levistraussiano, no canto do *cozinhado* ainda que sejam, de fato, fritos. Do lado portanto da Cultura, opondo-se ao vértice do *cru* que fica do lado da Natureza e paralelo ao do *podre*, Cultura mas passando por uma mediação natural. Porém, se no acarajé a mediação entre o fogo e o alimento se faz apenas pela panela, no hambúrguer há todo um aparato tecnológico, computadorizado, servindo para afastar o hambúrguer do fogo, que alias, nem vemos mais. A máquina é quem assume o comando, ditando ordens através de bipes sonoros e luminosos. O computador é quem controla: soa para dar a ordem de requentar os pães; soa quando o hamburger deve ser virado, soa quando está pronto.

Mas as afinidades param por aí. O Mcdonald's, maior cadeia de hamburgers do mundo, comemorou recentemente 50 anos exibindo números grandiosos: um faturamento de 19 bilhões de dólares ao ano; 31 mil restaurantes localizados em mais de cem pais, servindo hamburgers diariamente para 48 milhões de clientes. Conta com nada menos de 1 milhão e meio de funcionários o que o constitui como o maior exército de trabalhadores no mundo, como gosta de afiançar suas publicidades. No Brasil, os números são também bastante eufóricos: 1.205 pontos de venda localizados em 149 cidades de 21 estados. Um 1 milhão e meio de brasileiros comem todos os dias num McDonald, servidos por 34 mil empregados. Não tenho dados sobre a venda de acarajés, mas suspeito que estejam longe destes números.

O que caracteriza mais fortemente o hambúrguer, é o seu tempo rápido, é uma comida-rápida como o nome mesmo diz. Em momentos de grande afluência vários hamburgers são feitos simultaneamente em um fast-food obedecendo a uma seqüência numérica precisa - 3,6,9 ou 12 -, dependendo da demanda. O mesmo ocorre com os acarajés, imagino. O hambúrguer, porém, é feito por mais de um atendente (a nomenclatura dos fast-foods é outra que a dos restaurantes, não temos cozinheiros, garçons ou faxineiros, temos atendentes e ninguém é especialista, há um democrático rodízio das funções – e dos sofrimentos de cada uma - como pude averiguar trabalhando, em meados da década de 80, por 3 meses no maior fast-food de Paris (Rial 1992). Rodízio que não inclui, evidentemente, os postos dos sádicos gerais deste exercito, os *managers* e supervisores). Assim, através de uma divisão de trabalho podemos ter alguém no *grill*, encarregado de fritar as bolachas de carne, outro na preparação do pão, outro nas saladas e nos condimentos, outro na embalagem e outro ainda na entrega ao cliente - embalagem sim, pois ao contrario do acarajé, o hambúrguer vem sempre vestido. E como no caso dos orixás, a cor da roupa ajuda a identificá-lo. Como regra, dificilmente o cliente terá contato direto com o grilleiro.

Todo este batalhão é orquestrado através da inculcação bastante

penosa de regras tayloristas de economia dos gestos e fordistas de organização do trabalho em cadeia, controlados pelo tempo da máquina. O acarajé profano, o do tabuleiro das baianas, ao contrário, requer um contato direto, olho no olho entre quem o faz e quem o consome. É um tempo de espera. Sobre o que se fala com a baianas enquanto ela prepara o acarajé?? Não sei, mas certamente não será o mesmo que se fala com um angustiado atendente de caixa que vê desfilar diante de si o mostrador de um relógio digital que indica a aproximação do tempo limite que lhe é provido para o atendimento. Não serão as falas automáticas, inscritas nos vultosos manuais de instruções e aprendidas nos treinamentos.

As baianas, explica Vivaldo da Costa Lima, eram nômades, ambulantes, erravam em busca dos clientes – começam a ocupar os pontos estratégicos da cidade com o seu tabuleiro há mais de cinquenta anos mas "traziam sua mercadoria na cabeça e só "arriando" quando chamadas pelo freguês eventual". Elas tem acólitos que as ajudam a arrumar o tabuleiro. Ao montar o tabuleiro, as que são mais comprometidas com o sistema religioso do candomblé, fazem ritos de purificação e de sacralização do espaço. Pequenas porções de acarajé são jogadas ao chão como oferendas aos ancestrais e a Exu. E mantém no tabuleiro plantas com poder de afastar o mau-olhado e os acidentes (como a espada de Ogum, *Sansevieria guineensis*, L.), atrás da orelha um ramo de arruda, *Ruta graveolans*, L., nos precisa Vivaldo.

O anonimato característico dos *fast-foods* necessita da circulação permanente dos usuários para ser mantido; o estar no lugar ao contrário implica em conversa, no estabelecimento de relações, num não-anonimato. O ambiente asséptico do *fast-food* se opõem à rua dos acarajés. Mas as fronteiras simbólicas que delimitam o espaço ao redor do tabuleiro está longe de ser o de anonimato: é um lugar, às vezes até sacralizado; já o prédio que cerca os hamburger está longe de prover a proteção de um lugar – e não é por acaso que os fast-foods tem sido relacionados entre os *não-lugares* por um outro especialista em África, o antropólogo Marc Augé (1992).

Não há segredo no hamburger, ele é conhecido mesmo para quem nunca o comeu. A música que discrimina os ingredientes presentes no hamburguer é hoje mais notória nos Estados-Unidos do que o hino americano, como vimos no documentário denúncia *Super Size-me*, que alerta contra os perigos de se comer exclusivamente em fast-foods. Os que passam indômitos pelos jingles publicitários não escapam dos folhetos distribuídos nos fast-foods que fazem uma radiografia nutricional – a quantidade de calorias, de lipídios, de proteínas - e ainda que não possam ser totalmente confiáveis, (Rial 1992), estão lá para aumentarem a confiança (Giddens 1991) dos consumidores. O acarajé, sim, é secreto. Como nos mostrou Vivaldo da Costa Lima, ele se faz

misterioso e quando surgem tentativas de escrutiná-lo, causam uma onda de justa revolta, como se os detalhes de sua receita deveriam permanecer apenas entre as iniciadas. No entanto, ainda assim, a origem do acarajé e de seus ingredientes tem sido desvendada e os especialistas tendem a concordar que o azeite de dendê é africano, as pimentas americanas, assim como o feijão, e assim por diante.

Costa Lima (*As dietas africanas.*) atribui a primeira menção ao acarajé no Brasil à Vilhena, há duzentos anos, por este descrita como uma iguaria vendida a pregão nas ruas da Bahia, sendo o mesmo prato que se oferecia às divindades Nagôs nos primeiros candombés da cidade que apareceram na mesma época. "Um cronista da época, Luís dos Santos Vilhena, que foi professor de grego na Bahia no fim do século XVIII, dali escreveu uma série de cartas a um amigo em Portugal, publicadas em livro, com o título ainda barroco de Recopilações de notícias soteropolitanas e brasílicas (1ª edição: 1802). Dizia, então, Vilhena, na Carta Terceira: *"Não deixa de ser digno de reparo ver que das casas mais opulentas desta cidade, onde andam os contratos e negociações de maior porte, saem oito, dez e mais negros a vender pelas ruas, a pregão, as coisas mais insignificantes e vis: como sejam, mocotós, isto é mãos de vaca, carurus, vatapás, mingaus, pamonhas, canjicas, isto é, papas de milho, acassás, acarajés, abarás, arroz de coco, feijão de coco, angus, pão-de-ló de arroz, o mesmo de milho, roletes de cana, queimados, isto é, rebuçados a oito por um vintém e doces de infinitas qualidades, ótimos, muitos pelo seu aceio, para tomar por vomitórios; o que mais escandaliza é uma água suje feita com mel e certas misturas que chamam aluá que faz por vezes de limonada para os negros."*

O acarajé na cultura escrita, portanto, seria anterior ao hamburger lhe antecedendo de exatos 32 anos se está correto Pillsbury (1990:49) quando assinala que a primeira aparição impressa da palavra "hamburger steak" ocorreu sobre o menu do restaurante Delmonico's, à Pearl Street, New York, em 1834, no que é tido como o primeiro menu impresso na América. Outros autores afirmam que este "pioneiro" era bem diferente do hamburger atual pois "hamburger steak" significava então um bife com carne batida e não moída. Foi apenas 50 depois, em 1884, que se constatou a primeira ocorrência da palavra hamburger em um jornal de Boston, mas a conotação de fatia de carne moída aparece de fato em 1902, cem anos depois do acarajé ser reportado por Vilhena.

Sem dúvida, hoje, símbolo dos Estados-Unidos e do *american way of life*, a origem do hamburger no entanto é desconhecida e das mais polêmicas: alguns acham que era um sanduíche comido por marinheiros russos no porto de Hamburg, outros um prato judeu levado à América por imigrantes, e outros ainda uma invenção norte-americana, para suprir a falta accidental da carne de porco nos sanduíches vendidos em feiras.



Embora o não-sigilo, o hamburger desperta desconfiança, e é para afastar os fantasmas que seguidamente tomam a forma de rumores sendo respondidos indiretamente pelos panfletos publicitários das cadeias que ao redor do mundo propagandeiam a origem da carne como sendo sim *de gado* – leia-se: não de minhocas, cangurus, soja ou petróleo como disseminam os rumores.

Como os grande pratos da cozinha francesa, a transmissão do preparo do acarajé é feita oralmente e através da observação da performance do/da cozinheiro/a que passa adiante os pequenos detalhes que fazem a diferença, a individualidade, entre um acarajé e outro, entre o acarajé da Dinda (recomendado pelo meu colega bahiano Rafael Bastos) e servido no Yemanjá, por exemplo. Os hambúrgueres, ao contrario, buscam a uniformidade mais total possível. E assim que os seus aprendizes (dura posição) são orientados a repetirem em minúcias os mesmos procedimentos que se encontram registrados em livro e que garantem a uniformidade do menu, no Japão como em Ohio, como o de pousar as bolachas de carne a uma distância exata das bordas da chapa, como o de romper o saco de batatas com dois movimentos bruscos das mãos (impossíveis para que tem braços pouco musculosos), ou o de utilizar bisnagas para condimentar os hamburgers com doses precisas e constantes. Ninguém vai ao McDonald's deste ou daquele local esperando encontrar um gosto especial no BigMac. Entra-se no que estiver mais próximo; por isto seus consumidores, mais do que clientes, são usuários.

Os usuários preferenciais do hambúrguer são as crianças e os turistas e estes, nos estudos sobre turismo, parecem muitas vezes infantilizados, idiotizados pelo desconforto do encontro com o desconhecido (Urry 2001). Apesar do exagero da oposição estática turista/viajante recorrente nestes estudos, ficando do lado do viajante todas as aventuras e riscos e com os turistas o conforto, a segurança e a repetição, comprovei em inúmeros depoimentos que os turistas vêm sim os fast-foods como lugares de repouso (Bachelard 1985) e não apenas pela comida ali servida, pois, por exemplo, as *toilettes* são muito lembradas... Grande parte da publicidade das cadeias é dirigida às crianças e aos turistas, há áreas de lazer com brinquedos, os cardápios são icônicos mais do que escritos, há distribuição de pequenos gadgets e desenhos junto com o hamburger dos *Happy Meal* e já estava no projeto inicial dos irmãos McDonald's a idéia de que transformar em jogo o comer nos restaurantes (Love 1989). Além disso, o hamburger é associado à comida infantil por uma série de características: sua carne é moída, como pré-mastigada, o que facilita a absorção; há muito açúcar em todos os itens oferecidos nos fast-foods, um sabor tido como preferido das crianças e até mesmo como um sabor inato por muitos pesquisadores (Fischler 1990); são as crianças que mais facilmente adaptam-se a este

gosto novo em muitas culturas introduzindo pais e avós, como ocorreu na China.

Não sei se as crianças comem e gostam de acarajés – imagino que sim - mas não creio que o acarajé seja associado preferencialmente a infância. Há um aprendizado necessário para bem se apreciar as pimentas, este item fundamental da cozinha do "azeite de dendê", esta constante icônica de que fala Vivaldo da Costa Lima com tanta propriedade.

A pimenta dá sabor; os fast-foods tentam remover todo o sabor do alimento ou pelo menos isola-lo, talvez como uma estratégia para conseguirem universaliza-lo, talvez repetindo uma regra implícita da cozinha norte-americana que, como Baudrillard (1988:33) bem observou, age no sentido de uma dissuasão do gosto, expurgando o sabor dos alimentos em proveito dos molhos artificiais. Tudo o que pode ser característico e singular, tudo o que pode ser "forte", se encontra concentrado nos molhos, o último refúgio do sabor e este é colocado em saquinhos exteriores ao hambúguer (ketchup, mostarda, mas também o molho tártaro, a mayonesa, o sal, etc) a serem escolhidos individualmente dando a ilusão assim de ser possível assim personalizar o sanduíche.

As pimentas são variadas – "pimentas de origem americana, pré-colombiana e, na sua grande maioria, pertencentes ao gênero *Capsicum* da família das solanáceas", nos ensina Vivaldo, acrescentando que os índios brasileiros as empregavam largamente em suas comidas. A variedade presente nos acarajés é um outro contraste em relação aos ingredientes usados no hambúguer, que buscam a homogeneização total, para isto indo até o ridículo e inseminar o gado russo com sêmen de touros norte-americanos para obter uma carne com gosto semelhante, indo à afronta de desprezar os ricos e variados peixes da costa brasileira importando-os da Argentina, reduzindo a variedade de batatas e tomates produzidas no mundo ao excluírem quase todas as espécies de sua lista de compras – tudo isto com conseqüências desastrosas para o meio-ambiente em escala global pois o McDonald's é o maior comprador de muitos destes produtos.

O acarajé, nos expôs Vivaldo da Costa Lima, é associado ao gênero feminino: é feito e servido exclusivamente por mulheres, que usam saias fabulosas, brancas, rendadas (até bem pouco tempo, pois agora também há os baianos do acarajé...). E, às vezes, é associado também ao amor entre as mulheres, como nos segredou um indiscreto Vivaldo, mostrando que a origem da expressão "rala coco", uma das formas populares de se referir ao relacionamento sexual lésbico, vem do esfregar das pedras para moer o feijão no preparo do acarajé. Bem ao contrário, o hambúguer, é associado ao gênero masculino não apenas porque são os homens e as mulheres fortes os escolhidos para controlar o

grill, lugar central na produção do hamburger, mas porque a carne o é na nossa sociedade complexa, como já mostrará entre outros Barthes (1977), Douglas (1975), Woortman (1978) e como constatei também analisando as preferências alimentar dos clientes dos fast-foods.

Alguns teimam em chamar os acarajés e os outros alimentos que se come na rua da Bahia também de fast-food. Recuso esta denominação pois não vejo interesse epistemológico em incluir numa mesma categoria "comidas de santo" como abará, lelê, queijada, passarinha, bolo de estudante, cocada branca e preta, correntes na alimentação popular há duzentos anos, vendidos nas ruas da cidade negra da Bahia no séc. XVIII, por "escravos-de-ganho", como nos conta Vivaldo da Costa Lima, e os hamburguers. Prefiro reservar a denominação de fast-food para os pontos de venda organizados em cadeias através de um sistema de *franchise* (Love 1989), com um controle da homogeneidade de sua apresentação e da apresentação da comida ali servida, onde o trabalho obedece a uma uniformização taylorista e fordista e grande parte do lucro é investido em publicidade. O segredo do sucesso estaria não exatamente na comida ali servida, nem no preço, no sistema de trabalho ou na publicidade, mas numa combinação de tudo isto, no seu "gênio do sistema" diria emprestando uma expressão do crítico de cinema francês Bazin (1975) ao explicar Hollywood não através dos seus atores, diretores ou da sua distribuição, mas pela acachapante vitalidade da soma de tudo isto, de seu "sistema". Gostei muito da formula com que Vivaldo da Costa Lima se referiu aos fast-foods em um dos seus textos, ele os chamou de "lanchonetes apressadas e verticais".

Por tudo isto, a *situação* - para Barthes (1961) as diferentes comidas instituem diferentes situações - que o acarajé cria é muito diferente da *situação* que o hamburger institui. Os fast-fods nos fazem viajar imaginariamente às grandes metrópoles, a Nova York, Paris, Londres. É nisto que sonhavam os soviéticos que faziam filas de quilômetros para visitar o primeiro McDonald's aberto em Moscou e pagar o equivalente a um salário mínimo por um Big Mac ou os garotos mimados que arrastam os avós para estas lanchonetes em Pequim. Nos fast-foods, a imagem é central, a imagem publicitária, mas também as imagens do nosso imaginário, que nos faziam viajar no espaço e no tempo nos levando a uma modernidade, ao futuro; mais do que a comida, o que se busca ali é uma situação social, seja a que faz viajar os chineses, portoalegrenses ou bahianos, seja a que ancora no conhecido e faz repousar os turistas.

O acarajé, por seu lado, nos leva ao passado, as marcas étnicas, a África, ao candomblé e, é claro, a Bahia - a tudo o que Vivaldo da Costa Lima soube nos contar com tanta precisão e encanto. Não é a toa que no curioso guia colocado a disposição dos hospedes do hotel onde estive em

Salvador, "acarajé" aparece como uma categoria junto a "táxis", "consulados" e com os pontos turísticos da cidade. Ninguém pensou em dar o endereço do McDonald's do fim da rua, onde, sim, muitos dos hóspedes foram comer...

Por outro lado, seria injustiça para com os turistas, imaginar que todos só comam hamburguers. Fischler, um autor que Vivaldo da Costa Lima cita em *Por uma antropologia da alimentação*, costuma dividir os comedores em *neófilos* e *neofóbicos*; os primeiros apreciam o contato com o novo, o estranho enquanto os segundo temem este contato e buscam o sempre igual. Acho que esta distinção pode bem servir hoje para distinguir os turistas apreciadores de acarajés e de hambúrguer. Não iria a ponto de concordar com o romancista citado por Douglas (1984) e considerar os fast-foods vazios de simbolismo. Como os acarajés, mas de um modo totalmente diferente, fundado em uma construção publicitária global, eles apresentam sim o que Barthes (1984) denomina, recuperando uma acepção antiga da palavra, de *charme* (Rial 1992), pelo menos para a parte do seu público que não o vê como uma lanchonete apressada e vertical...

Gostaria de terminar com um trecho do próprio Vivaldo da Costa Lima. Ele escreve lembrando o escritor italiano Ítalo Calvino, que "clássicos são aqueles livros dos quais em geral se ouve dizer: estou relendo e nunca, estou lendo". Também no caso do Vivaldo da Costa Lima acho que posso dizer de agora em diante quando me referir ao seu artigo *Para uma antropologia da alimentação* e a outros que estarei relendo. Ele é sem dúvida um clássico.

Carmen Rial  
Departamento de Antropologia/ UFSC  
rial@cfh.ufsc.br

## Referências Bibliográficas

- Aron, Jean Paul  
1989. *Le manger du XIX siècle*. Paris: Payot.
- Auge, Marc  
1992. *Non-lieux*. Paris: Seuil.
- Bachelard, Gaston  
1985. *La psychanalyse du Feu*. Paris: Gallimard.
- Baudrillard, Jean  
1983. *Les Stratégies Fatales*. Paris: Grasset & Fasquelle.
- Barthes, Roland  
1961 "Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine", dans *Annales*, n. 5.1977. *Mythologies*. Paris: Seuil.

- Bazin, André  
1975. *Qu'est-ce que le cinema*. Paris: ed. du Cerf.
- Brillat-Savarin, J.-A  
1965 (1826) *La Physiologie du goût*. Paris: Julliard.
- Chang  
1977. *Food in Chinese Culture - Anthropological and Historical Perspectives*. Yale: University Press.
- Douglas, Mary  
1971 "Deciphering a Meal" em (ed. C. Geertz) *Myth, Symbol and Culture*. N.Y.: Northon, p.61/81.  
1975. *Implicit meanings*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Douglas, Mary  
1984 "Standard Social Uses of Food: Introduction" in *Food in The Social Order: studies of food and festivities in three American Communities*. N.Y.: Russel Sage Foundation.
- Fischler, Claude  
1990. *L'omnivore*. Paris: Odile Jacob.
- Flandrin, Jean-Louis  
1984. *Famille, Parenté, Maison, Sexualité dans l'ancienne société*. Paris: Seuil.
- Freyre, Gilberto  
1937. *Nordeste; aspecto da influencia da canna sobre a vida e a paisagem do nordeste do Brasil*. Rio de Janeiro: J. Olympio.  
1997 [1939] *Açúcar - Uma sociologia do doce*. SP: Companhia das Letras.  
1980. *Casa Grande e Senzala*. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio.
- Geertz, Clifford  
1971. *Myth, Symbol and Culture*. New York: W.W. Northon & Company.  
1978 *A Interpretação das Culturas*. RJ: Zahar.
- Giddens, Anthony  
1991. *Modernity and self-identity*. Oxford: Polity Press.
- Grossi, Miriam.  
2005. *Conferencia na 57 SBPC*. Fortaleza. (fotocópia).
- Lévi-Strauss, Claude  
1966. *Du miel aux cendres*. Paris: Plon.  
1964 *Le cru et le cuit*. Paris: Plon.  
1965 "Le triangle culinaire" em *L'Arc*. n.26 Paris: Duponchelle.
- Lima, Vivaldo da Costa.  
1987 "Alimentação e trópico: uma proposição metodológica". In: *Anais do Congresso Brasileiro de Tropicologia*, 1, 1986, Recife:

- Fundaj, Massangana.  
s/d *Para uma antropologia da alimentação*.(fotocópia)  
1997. *As Dietas Africanas no Sistema Alimentar Brasileiro*.  
Salvador: PEA.
- Love, John.  
1989. *Sous les arches de McDonald's*. Paris: Lafon M.
- Pillsbury, Richard  
1990. *From Boarding House to Bistro - the American Restaurant then and now*. Boston: Unwin Hyman.
- Rial, Carmen  
1992. *Le goût de l'image: ça se passe comme ça chez les fast-foods. Etude Anthropologique de la restauration rapide*. Tese de doutorado. Paris V – Sorbonne.
- Thomas, Louis-Vincent  
s/d " Essai d' analyse esturcturele appliquée à la cuisine Diola" em Bulletin du Institut Français de L'Afrique Noir.
- Urry, John  
1990. *The tourist gaze*. London: Sage Publications.  
2001. *Le idiot du voyage*. Paris: Gallimard.
- Woortman, Klass  
1978 *Hábitos e Ideologias Alimentares de Grupos Sociais de Baixa Renda*. Relatório Final, UNB.