

# Comida, Identidade e Comunicação: a comida como eixo estruturador de identidades e meio de comunicação

Carla Pires Vieira da Rocha\*

## Índice

Introdução	1
1 A comida como elemento-chave para a constituição de identidades	1
2 A comida como meio de comunicação	4
Conclusão	6
Bibliografia	6

## Introdução

A comida exerce um papel fundamental para se pensar a trajetória das mais distintas sociedades. Ao longo da história, ela esteve relacionada a diferentes transformações de ordem social, cultural, política e econômica, revelando-se como um dos instrumentos para se compreender algumas questões que permeiam a própria condição humana. Em tal perspectiva, é que se inscreve a questão das identidades.

No mundo contemporâneo, cada vez mais marcado por um processo globalizador,

---

\*Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).  
E-mail: carlapvrocha@gmail.com.

vivenciamos redimensionamentos que repercutem tanto no universo alimentar como no que tange às identidades. Considerando este contexto é que abordamos a relação entre comida e identidade e acenamos para a noção de comida como um meio de comunicação.

## 1 A comida como elemento-chave para a constituição de identidades

A comida é um elemento-chave para se pensar a questão das identidades. O ato de comer envolve uma vasta gama de fatores, atravessados por critérios econômicos, nutricionais, políticos, éticos, religiosos, ambientais e estéticos. No panorama atual, vivenciamos aceleradas mudanças em nível planetário nos mais diversos campos, incluindo a esfera alimentar. Evidencia-se um redimensionamento na oferta e variedade de alimentos, repercutindo em alterações nos padrões alimentares. Neste contexto de mudanças, a questão das identidades também ganha novos contornos, definido a partir de um processo de reconfiguração.

O alimento pode ser considerado um eixo central na estruturação identitária dos diversos povos. Desde o seu princípio, as práticas culinárias como cortar, cozer, assar, temperar, macerar, defumar, entre outras, variaram em grau de complexidade de povo para povo. Como chama a atenção Flandrin (1998), mesmo nas práticas mais simples já está envolvida a noção de cozinha. Tal observação indica-nos que, aí, já se identificam modos de preparo, hábitos alimentares e comportamentos de consumo.

Assim, além das questões propriamente culinárias, as crenças relacionadas ao alimento, a comensalidade e as funções sociais relacionadas à refeição também podem ser apontadas como constituintes identitários. Dentre alguns exemplos históricos nesta direção, destacamos os relatos sobre o Brasil feitos por viajantes que aqui estiveram durante o período inicial de colonização europeia<sup>1</sup>, nos quais a comida já aparecia como lastro de nosso processo identitário, evidenciado sobretudo nos modos de preparo do alimento e no seu consumo.

É fato que a comida serviu de impulso às grandes transformações sociais ao longo da história. A disponibilidade e variedade de produtos, a sua qualidade ou mesmo a sua carência determinaram significativos movimentos envolvendo diferentes trocas culturais, o que repercutiu na formação das mais distintas identidades alimentares. Montanari (2009) examina o tema sublinhando que:

<sup>1</sup> Destacamos aqui, entre outros, os relatos de Hans Staden em *Duas viagens ao Brasil (1557)*, São Paulo/ Belo Horizonte: Edusp/ Itatiaia, 1974, Gabriel Soares de Sousa em *Tratado descritivo do Brasil em 1587*, São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1971 e Jean de Léry em *Viagem à terra do Brasil*, Martins Ed., São Paulo, 1941.

[...] as tradições alimentares e gastronômicas são extremamente sensíveis às mudanças, à imitação e às influências externas. Cada tradição é o fruto – sempre provisório – de uma série de inovações e das adaptações que estas provocaram na cultura que as acolheu. (2009: 12).

Nesse sentido, é pertinente uma outra remissão à época moderna, quando houve um grande reordenamento da alimentação em nível global, por meio da expansão colonial europeia. Como bem explica Carneiro (2003), foi nesse período:

A maior revolução na alimentação humana [...] com a ruptura no isolamento continental, quando o intercâmbio de produtos de diferentes continentes, ocorrido no bojo da expansão colonial europeia, alterou radicalmente a dieta de praticamente todos os povos do mundo. As especiarias asiáticas – pimenta, canela, cravo, noz-moscada –, difundiram-se para a Europa e chegaram aos outros continentes. As plantas alimentícias das Américas: o milho, a batata, o tomate, o amendoim, os pimentões propagaram-se pelo planeta. Gêneros tropicais, como a cana-de-açúcar, o chá, o café e o chocolate, combinaram-se para fornecer um novo padrão de consumo de calorias e de bebidas excitantes, que, ao lado do tabaco, tornaram-se hábitos internacionais. Produtos típicos da Europa mediter-

rânica como o trigo e a uva acompanharam a colonização de diversos países e o álcool destilado penetrou em todos os continentes. (2003: 75).

Do mesmo modo que o intercâmbio de produtos constitui os sistemas alimentares, as identidades também não nascem como algo genuíno, e sim como algo construído. Na visão de Montanari (2008: 189), “As histórias que contamos nos lembram que toda cultura, toda a tradição, toda identidade é um produto da história, dinâmico e instável, gerado por complexos fenômenos de troca, de cruzamento, de contaminação.” No pensamento de Hall (2001), de um ponto de vista semelhante e ancorado no tema da globalização:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos, e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (2001: 75).

Ainda na concepção de Hall (2001), a identidade do sujeito pós-moderno é caracterizada por um caráter múltiplo, móvel e

fragmentado, divergindo da noção de uma identidade unificada, centrada ou segura, como a que vigorava na Modernidade. Assim, em nosso mundo globalizado e, em virtude de seu caráter transitório, as identidades culturais vão emergindo por toda parte e fluindo entre as diferentes tradições culturais. Ao estendermos esse mesmo viés para o universo da comida, isso significa que em uma de nossas refeições, possamos nos identificar com um determinado grupo e sua tradição alimentar, e na refeição seguinte podemos estabelecer outros laços de identificação, sendo que nenhuma dessas opções é excluyente, pois é a partir do seu conjunto que se define nossa própria identidade.

A mesma lógica pode ser usada para pensarmos o quanto se tornou difícil conceber a ideia de uma cozinha étnica como algo exclusivo de um determinado lugar. Especialmente no panorama dos grandes centros, onde se multiplicam restaurantes representativos das mais diversas culinárias, somos levados a supor que é cada vez menos necessária uma viagem ao continente asiático para saborearmos a comida tailandesa ou a indiana.

É importante frisar que esta dinâmica globalizante também é vista como um processo homogeneizador, fomentado pela indústria alimentar e expresso pela padronização de gostos e do consumo. Entretanto, se por um lado a indústria promove o referido nivelamento, quando, por exemplo, divulga e multiplica culinárias regionais pelo mundo, caracterizando o que Carneiro (2003: 108) denomina como um “sincretismo culinário”, por outro lado, podemos dispor mais facilmente de alguns alimentos, como frutas e certos ingredientes, anteriormente restritos a

algumas regiões do país ou mesmo a outros continentes.

Como se observa, o contexto contemporâneo envolvendo a alimentação, também contempla alguns paradoxos. Diante de tal constatação, Montanari (2001) explora a relação entre a *cozinha internacional* e a *cozinha de território*. Valendo-se de uma análise das épocas antiga e medieval, o autor observa que havia a ideia de se construir um modelo universal de consumo, em que todos pudessem se reconhecer. Em tal modelo, estariam plantadas as raízes do que conhecemos por *cozinha internacional*. Já na época atual, regida pela globalização dos mercados e dos modelos alimentares, vigoraria um novo cuidado em relação às culturas locais, representado pela invenção de “sistemas” (grifo do autor), como seria a *cozinha de território*. No entanto, Montanari faz questão de deixar claro que não se pode dizer que tais sistemas tenham nascido do zero, uma vez que as diferenças locais sempre existiram.

Considerando o que foi abordado até aqui, é possível dizer que a relação entre comida e identidade está inserida em um amplo universo permeado por questões sociais, políticas, econômicas e culturais. Num mundo cada vez mais regido por um processo globalizador, essa relação vai ganhando novos contornos; evidencia-se uma redefinição na oferta e consumo de alimentos, alinhada com um amplo desenvolvimento da indústria alimentar. Deste modo, há uma reconfiguração da noção de identidade, por meio de um processo dinâmico, caracterizado pela fluidez e mobilidade. Nesta perspectiva, como veremos a seguir, além de consistir em um eixo de afirmação de identidades, a comida tam-

bém se inscreve como um importante instrumento de comunicação.

## 2 A comida como meio de comunicação

A comida pode ser vista como um importante meio para se comunicar valores, sentidos e identidades. Comer é um ato simbólico que não está restrito à necessidade de se suprir nutrientes. As profundas transformações em nível global vêm alterando profundamente os padrões alimentares; a intensificação das trocas culturais, reconfigura os repertórios alimentares e também o seu consumo. Neste contexto, assim como um elemento-chave para a constituição de identidades, a comida pode ser pensada como um meio de comunicação.

A importância dos meios comunicacionais para a humanidade não reside apenas nas suas funções de armazenar e transmitir informações; a própria adjetivação do termo já demonstra o seu papel fundamental como instrumento de comunicação entre as pessoas. Concebida nesta mesma condição, a comida atua em sentido idêntico: além de um meio de transmissão de valores simbólicos e significados diversos, ela é um instrumento comunicativo. É sabido, por exemplo, que é muito mais fácil entrar em contato com a cultura do outro compartilhando o seu alimento, do que falando a sua língua.

Em face da sua especificidade, os meios permitem diferentes formas de comunicação. Ao telefone, falamos geralmente com um único interlocutor; já pela Internet, esse número tende a ser multi-

plicado, em função do maior número de conexões passível de ser estabelecido. Obviamente, outros fatores de distinção entre os meios poderiam ser elencados, sobretudo se considerarmos o acelerado desenvolvimento tecnológico característico de nossa *aldeia global* (McLuhan, 2001).

De maneira semelhante, a comunicação por meio da comida também é marcada por uma multiplicidade de aspectos. Destaca-se aí a relevância dos hábitos alimentares, uma vez que eles podem revelar nossa identidade, religião, posição social, posicionamento político, entre outros. A produção de sentidos relacionada à comida também é estendida à maneira como ela é consumida: se é ingerida com as mãos ou se são utilizados talheres, se é solitária ou em grupo, em silêncio ou assistindo televisão, num restaurante ou em casa. Cabe aqui evocar a reflexão de Norbert Elias (1994) explorando o conceito de *civilização*, ao detectar o surgimento da vinculação das normas de comportamento às práticas alimentares como formas de distinção social, durante o período de desenvolvimento dos Estados-Nações europeus.

Outro aspecto do tema é aquele relativo aos papéis da mídia e da indústria alimentar. É possível afirmar que as duas juntas atuam como fermento para os processos comunicativos baseados na comida. Além de promover os lançamentos da referida indústria, a mídia é responsável pela divulgação de alimentos relacionados a benefícios nutricionais cada vez mais inéditos e de dietas pretensamente revolucionárias, assim como pela apresentação de programas gastronômicos pautados pela excentricidade culinária ou mesmo por sua completa acessibilidade. A comida é muitas vezes associada a estilos de vida, representados por

práticas que vinculam a imagem de determinado alimento tanto a questões de sociabilidade, como a noções de praticidade ancoradas no propósito de se ter um melhor aproveitamento do tempo na vida contemporânea, ou ainda a relações mais qualitativas com o próprio corpo.

Os meios de comunicação processam e transmitem formas simbólicas a partir de sua linguagem específica. Compreendida como um meio de comunicação, a comida também está circunscrita a uma linguagem. A investigação da comida como algo de princípio semelhante à linguagem, é reconhecida na obra do antropólogo Lévi-Strauss (1979). Em sua concepção, a cozinha, enquanto prática comum a todas as sociedades, é a detentora do processo de articulação entre natureza e cultura, a partir da transformação do cru no cozido. Na sua análise, Lévi-Strauss propõe o *triângulo culinário* como demarcação de um campo semântico, no qual se reproduzem as diferentes relações que compõem a estrutura de uma sociedade.

Explorando o mesmo princípio, Montanari (2008) sustenta que em todas as sociedades o modo de comer é regido por convenções semelhantes às aquelas que dão sentido e estabilidade às linguagens verbais. O conjunto dessas convenções determinariam uma *gramática*, o que, portanto, configuraria o sistema alimentar “[...] não como uma simples *soma* de produtos e comidas, reunidos de modo mais ou menos causal, mas como uma *estrutura* na qual cada elemento define o seu significado.” (2008: 165). Essa teoria, além de viabilizar uma apreensão da produção de sentidos relacionada ao alimento, possibilita entender a maneira pela qual os diferentes sistemas alimentares se

tornam depositários de determinadas identidades.

Conforme as questões abordadas, é certo que o ato de comer extrapola as necessidades biológicas. É um ato que se estende a um universo bem mais amplo, o da produção de sentidos e da possibilidade de comunicar identidades e valores: a comida pode ser apreendida como um meio de comunicação. Baseados nesta prerrogativa, além de recuperar o antigo adágio de Hipócrates a fim de reiterar que nossas identidades, mesmo que *transitórias*, vão se definindo a partir do que comemos, podemos alargar o seu sentido para: “você se comunica por meio do que come”.

## Conclusão

A comida faz parte de um universo complexo que excede as suas funções biológicas, para alçar-se como um elo significativo na constituição identitária dos diferentes povos. O alimento serviu de impulso às grandes transformações sociais ao longo da história. Na contemporaneidade, com o acirramento dessas transformações, a relação entre comida e identidade ganha outra dimensão. Neste mundo cada vez mais globalizado, há uma intensificação das trocas culturais e econômicas, o que determina uma reconfiguração dos padrões alimentares e do seu consumo. A par disto, considera-se uma mudança no que concerne à questão das identidades, que passam por um processo de descentramento.

O alimento está relacionado à produção de sentidos diversos, envolvendo questões sociais, políticas, econômicas e culturais.

Nessa medida, a comida também se inscreve como um importante instrumento para se comunicar tais sentidos, assim como valores e identidades. Dada esta condição, ela é concebida como um meio de comunicação circunscrito a uma linguagem específica.

O tema da comida nos oferece um vasto leque de perspectivas. Podemos enxergá-la como uma chave-mestra que nos permita abrir muitas portas e escolher distintas direções. Analisá-la como um eixo estruturador de identidades e como um meio de comunicação, além de ser um dos caminhos a percorrer para compreendermos a complexidade do que permeia uma de nossas mais elementares necessidades, talvez nos dê pistas para compreender o próprio sentido de humanidade.

## Bibliografia

- CARNEIRO, H. (2003), *Comida e sociedade: uma história da alimentação*, 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- ELIAS, N. (1994), *O processo civilizador*, V.1, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- FLANDRIN, J-L (1998), “A humanização das condutas alimentares”, in FLANDRIN, J-L. MONTANARI, M. *História da Alimentação*. 6 ed. São Paulo: Estação Liberdade, p. 26-35.
- HALL, S. (2002), *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7 ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- LÉRY, J. (1941), *Viagem à terra do Brasil*. São Paulo: Martins Ed.

STADEN, H. (1974), *Dois viagens ao Brasil (1557)*, São Paulo/ Belo Horizonte: Edusp/ Itatiaia.

LÉVI-STRAUSS, C. “O triângulo culinário”, in SIMONIS, Y. Introdução ao estruturalismo: Claude Lévi-Strauss ou “a paixão do incesto”. Lisboa: Moraes, p.169-176.

MCLUHAN, M. (2001), *Os meios de comunicação como extensões do homem*, São Paulo: Cultrix.

MONTANARI, M. (2009), “A cozinha, lugar da identidade e das trocas”, in MONTANARI, M. (org.). *O mundo na cozinha: história, identidade, trocas*. São Paulo: Estação Liberdade: Senac, p. 11-17.

—. (2008), *Comida como cultura*. São Paulo: Ed. Senac.

SOUSA, G. S. (1971), *Tratado descritivo do Brasil em 1587*, São Paulo: Companhia Editora Nacional.