

Universidade Federal de Santa Catarina
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

Viviane Kraieski de Assunção

Nem toda receita é “*Mais Você*”
Estudo etnográfico sobre consumo e recepção de programas
televisivos de culinária em camadas médias e populares

Florianópolis
2007

VIVIANE KRAIESKI DE ASSUNÇÃO

Nem toda receita é “*Mais Você*”

Estudo etnográfico sobre consumo e recepção de programas
televisivos de culinária em camadas médias e populares

Dissertação de mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Antropologia Social da Universidade
Federal de Santa Catarina para a obtenção
do título de mestre.

Florianópolis
2007

*Para
minha sobrinha Maria Clara,
que nasceu no ano em que realizei
o trabalho de campo
desta dissertação*

Agradecimentos

Aos moradores do Morro da Caixa, especialmente às mulheres, que abriram as portas de suas casas e seus momentos de intimidade familiar para me receberem.

Aos meus pais, Flávio e Lusia, às minhas irmãs, Adriana e Osiane, e ao meu cunhado, Carlos, pelo amor e apoio incondicional. Agradeço especialmente à minha mãe, que possibilitou meus primeiros contatos com moradores do Morro da Caixa.

À minha orientadora Carmen Rial, pela interlocução e pelo aprendizado.

Às Profas. Sonia Maluf e Aglair Bernardo pelas dicas e comentários na banca de qualificação do projeto de mestrado. Agradeço especialmente à Aglair Bernardo por me acompanhar e apoiar desde a graduação.

Aos meus amigos e colegas, que me incentivaram nos momentos de cansaço e me ajudaram com comentários, opiniões, empréstimo de livros ou indicações bibliográficas.

Ao CNPq, pela bolsa de estudos.

Resumo

Esta dissertação é resultado de uma etnografia de recepção de programas televisivos de culinária realizada com mulheres de camadas médias e populares do bairro do Morro da Caixa, no município de Tubarão, sul do estado de Santa Catarina. A pesquisa tem três eixos temáticos: televisão, alimentação e consumo. Entendo a alimentação como elemento central na construção de identidades (Poulin, 2004; Fischler, 1992); e a televisão como participante da construção de sentido que um indivíduo, ou grupo, atribui a suas práticas alimentares na(s) sociedade(s) contemporânea(s) (Poulin, 2004). O papel da mulher, principalmente o da mãe, aparece como fundamental para pensar a alimentação das famílias pesquisadas. Minha pesquisa mostra que uma receita ensinada na tv só é preparada pelas mulheres quando considerada “simples” e “fácil”, categorias cujo sentido é variável de acordo com a camada social. Concluo ainda que os programas de culinária não alteram significativamente a alimentação cotidiana das famílias pesquisadas, mas servem como vitrine de alimentos e utensílios de cozinha, realizando uma educação para o consumo de novos produtos ou daquilo que as telespectadoras desconhecem.

Palavras-chave: televisão, alimentação, consumo

Sumário

Introdução	07
Capítulo 1 – Na “<i>rua dos pobres</i>” e na “<i>rua dos ricos</i>”	13
Ninguém mora no Morro da Caixa	15
Camadas médias e Camadas populares	18
Laços de Família e de Vizinhança	20
Criação dos filhos: na rua x no pátio	26
“ <i>Todo mundo se conhece</i> ”	28
Da “ <i>verdureira</i> ” ao supermercado	30
Religião: católicos e evangélicos	32
Capítulo 2 – Televisão e Culinária	34
Metodologia: etnografia de recepção	41
Programas “ <i>femininos</i> ”	42
A culinária na TV: <i>Mais Você e Bem Família</i>	44
As “ <i>duas partes</i> ” do programa	50
TV e a rotina doméstica	51
Outros programas	54
Capítulo 3 – A comida da mãe	56
Entrando pela cozinha	59
Feijão e arroz: o prato de todos os dias	61
A casa da mãe	66
“ <i>Prático e rápido</i> ”	71
Cadernos de Receita	77
Capítulo 4 – A comida da tv	81
“ <i>Simples e fácil</i> ”	83
A cozinha de sonho	90
A “ <i>comida saudável</i> ”	93
Aprendendo a consumir	100
Consumo é bom para pensar	103
Conclusão	106
Referências bibliográficas	110
Anexos	116
Mapa 1 – Estado de Santa Catarina	117
Mapa 2 – Município de Tubarão	118
Receitas	119
Mensagens	125

Introdução

A significação cultural da televisão como parte da vida diária já foi reconhecida e tem sido bastante estudada pela Antropologia e pelos Estudos Culturais (Ginsburg, Abu-Lughod, Larkin, 2002). Estudos de recepção, realizados principalmente a partir da década de 80, mostraram que as mensagens que os meios de comunicação transmitem só adquirem significação definitiva quando é consumida e reelaborada pela audiência. Esta reelaboração é influenciada pelo contexto sócio-cultural em que os telespectadores se situam (Lins da Silva, 1985; Martín-Barbero, 1995, 2003). É por isso que o estudo de recepção da mensagem televisiva em contextos específicos pode ajudar a entender seus efeitos e usos, e esclarecer tendências dentro de um contexto mais amplo (Kellner, 2001). Foi nesta direção que realizei uma etnografia de recepção¹ de programas² de culinária, transmitidos por emissoras brasileiras, junto a mulheres da comunidade do Morro da Caixa, no município de Tubarão, localizado no sul do estado de Santa Catarina.³

A escolha dos programas de culinária não foi à toa. A mídia, entendida por Kellner (2001) como veiculadora de cultura⁴, “fornece o material que cria as identidades pelas quais

¹ O uso dos termos “etnografia de recepção” e “etnografia de audiência” são problemáticos. Leal utiliza o segundo termo, justificando que “recepção” “dá uma idéia de processo individualizado”, enquanto audiência propõe a idéia de coletivo. A autora justifica sua escolha afirmando que “recepção opõe-se à emissão, não ao processo de produção de um bem da indústria cultural. *Recepção* refere-se à recepção de qualquer mensagem em um processo comunicativo, não indica a especificidade dos meios de comunicação de massa”. No entanto, a autora reconhece que o termo “audiência” é restrito “à questão do ruído, ao ouvido, à audição” (1995: 120). Utilizo “etnografia de recepção” entendendo a “recepção” como parte do processo comunicativo, que está interligado às – e não separado das – outras etapas. Este mesmo termo é usado em trabalhos antropológicos recentes, como os de Almeida (2003) e Hamburger (2005).

² Fiske define a categoria “programa televisivo” como “(...) um fragmento do output televisivo. Tem limites claros, tanto temporais quanto formais, e se relacionam com outros programas em termos de uma similaridade genérica e, mais essencialmente, de diferença (...) O programa é uma entidade fixa e estável, produzida e vendida como mercadoria, organizada por estruturas de programação em pacotes de distribuição” (Fiske, 1987:14)

³ Ver mapa com a localização de Tubarão no Estado de Santa Catarina em anexo na página 116. O mapa que localiza o Morro da Caixa no município de Tubarão está na página 117.

⁴ O conceito de cultura é o adotado por Sahlins como sendo “a organização da experiência e da ação humanas por meios simbólicos”. Segundo o autor, a cultura é uma capacidade singular da espécie humana. “As pessoas, relações e coisas que povoam a existência humana manifestam-se essencialmente como valores e

os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas” (2001: 09). Entendo a alimentação como uma das vias de leitura dessas identidades, e dos usos da mensagem televisiva. Segundo Prado (1987), há dois possíveis usos das mensagens dos programas de televisão. De um lado, têm-se os aspectos mais “externos”, superficiais, que seriam os modismos e as expressões, adquiridos pelos telespectadores sem grandes conseqüências. De outro, estão os aspectos mais “internos” e profundos, referentes aos valores e à moral, que seriam as atitudes e comportamentos. Estes aspectos “internos” veiculados, se contrários aos valores do grupo social que o programa atinge, não são adotados pelos indivíduos sem ônus social. Acredito que a alimentação representa um destes aspectos mais profundos, pois, como ressalta Poulain, constitui-se na representação concreta dos valores de uma cultura ou de uma época.

“(…) o ato alimentar insere e mantém por suas repetições cotidianas o comedor num sistema de significados. É sobre as práticas alimentares, vitalmente essenciais e cotidianas, que se constrói o sentimento de inclusão ou de diferença social. É pela cozinha ou maneiras à mesa que se produzem as aprendizagens sociais mais fundamentais, e que uma sociedade transmite e permite a interiorização de seus valores. É pela alimentação que se tecem e se mantêm os vínculos sociais” (Poulin, 2004: 198).

O ato alimentar, as etiquetas à mesa e os modos de preparo dos alimentos são atos concretos que se constituem em lugares de leitura de valores e representações culturais⁵. Fischler (1992) destaca o papel central da alimentação na constituição das identidades: apropriamo-nos das qualidades simbólicas dos alimentos, tornando-nos o que comemos. Nesta mesma perspectiva, DaMatta ensina que “comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito define

significados — significados que não podem ser determinados a partir de propriedades biológicas ou físicas” (Sahlins, 1997: 41).

⁵ Além da centralidade da comida na constituição da(s) identidade(s), autores mostram o papel dos discursos e práticas alimentares na organização e definição dos papéis de gênero masculino e feminino (Woortmann, 1986; Zaluar, 1982). Outros autores destacam a relevância do das práticas alimentares. Para Barthes (1961), os elementos que cercam o alimentar constituem um signo, que ele denomina de “unidade funcional de uma estrutura de comunicação”. Nesta mesma perspectiva, Maffesoli inclui a mesa como lugar de comunicação, pois entende esta como estrutura, formada por elementos que fogem à consciência dos atores envolvidos, e que é formada por “uma mescla de palavras, objetos e gestos” (2005: 98).

não só aquilo que é ingerido como também aquele que ingere” (1998: 56). A comida, desta forma, marca tanto uma ação universal (Lévi-Strauss, 1965) como define identidades e estilos de vida regionais e nacionais. O alimento é incorporado e participa da constituição de quem o ingere.

A contemporaneidade alimentar é marcada pela inflação de discursos, muitas vezes contraditórios (Fischler, 1992). Conselhos de médicos, nutricionistas, *chefs* e críticos de cozinha concorrem para informar aquilo que é mais saudável, saboroso ou adequado para comer em determinados horários, quantidades e de maneiras específicas⁶. Neste contexto, a mídia participa como importante fonte de divulgação desses discursos, articulando opiniões diversas.⁷ Desta forma, os meios de comunicação, e mais especificamente os programas de culinária, participam da construção de sentido que o indivíduo, ou um grupo, atribui a suas práticas e saberes alimentares (Poulin, 2004).

Considerando a centralidade da alimentação na constituição de identidades, e inspirada por Martín-Barbero (1995, 2003), que declarou que devemos estudar não o que os meios de comunicação fazem com as pessoas, mas o que elas fazem os meios, realizei uma etnografia de recepção de programas de culinária, procurando perceber possíveis relações entre a mensagem televisiva e as práticas alimentares de famílias do bairro do Morro da Caixa.

A etnografia delimitou alguns recortes em meu objeto de pesquisa. O primeiro foi o de gênero: a etnografia de recepção foi realizada apenas com mulheres (a maioria donas-de-casa), pois, no Morro da Caixa, apenas elas assistiam aos programas que eu pretendia pesquisar. Os homens, durante o dia, saíam para trabalhar, enquanto as mulheres se dedicavam aos trabalhos domésticos. Quando perguntava a alguns homens se assistiam a estes programas, respondiam-me com firmeza: “*Claro que não!*”, explicando-me de que se tratava de um programa “*de mulher*”.

⁶ Marc Augé, em simpósio proferido na VI Reunião de Antropologia do Mercosul (em 17 de novembro de 2005), afirmou que os meios de comunicação são “autoritários por excelência”, impondo, por meio das imagens, idéias sobre o consumo e do que é belo, bom e apropriado. Segundo Augé, os meios ocupam lugar do “espaço público” e das cosmologias na contemporaneidade, recompõem espaços e tempos, e uniformizam diferenças sociais e regionais.

⁷ Corbeau classifica a mídia como uma das etapas da “cadeia do comer”, que, além das tradicionais, trazem novas categorias, como médicos, nutricionais, políticos e economistas (Poulin, 2004).

O segundo recorte foi referente aos programas pesquisados. Nesta dissertação, trato, quase exclusivamente, de apenas dois programas televisivos que apresentam quadros de culinária: o *Mais Você*, da Rede Globo, apresentado por Ana Maria Braga, e o *Bem Família*, da Band, que é apresentado por Daniel Bork.⁸ Esta seleção foi feita pela preferência de minhas interlocutoras – eram os programas com quadros de culinária mais vistos e comentados.

Em meu projeto de pesquisa, havia delimitado realizar a etnografia apenas com moradores de camadas populares. No entanto, ao iniciar o trabalho de campo, percebi que o recorte de camada social era fundamental para entender a complexidade das relações entre os habitantes do bairro. Autores como Velho (2002) mostram a ligação de alguns bairros com determinadas camadas ou *status* sociais, o que também pode ser verificado no município de Tubarão – em certos bairros concentram-se mais moradores de determinada camada social. No Morro da Caixa, no entanto, acontece algo interessante: famílias de camadas médias e de camadas populares habitam o mesmo bairro. Neste sentido, parece relevante entender o bairro através da oposição englobante-englobado, que preside a relação entre o conjunto e elemento, na qual Dumont (1997) define a hierarquia. Segundo o autor, as relações hierárquicas se apresentam em níveis diferenciados, havendo, num primeiro momento, identidade entre os elementos e, no seguinte, diferença ou oposição entre eles. Assim, o Morro da Caixa seria representativo das contradições sociais que se verifica no município de Tubarão de uma forma mais ampla.

Conversando com muitos moradores, percebi que havia uma certa tensão nas relações entre os moradores das duas camadas sociais. Minha intenção inicial não fazer um estudo comparativo entre camadas sociais, como o realizado por Leal (1986). No entanto, não podia desprezar esta diferença que o campo me apresentava, e que se mostrava muito significativa na convivência com os moradores. As diferenças entre as duas camadas sociais perpassam todo este trabalho: na maneira como as famílias criam os filhos, na escolha de programas de televisão a que assistem, na comida que consomem, no modo como significam os programas de culinária... Procurei, ao longo do texto, apontar os elementos em que estas diferenças se evidenciavam de forma mais clara. Este recorte, no

⁸ O *Mais Você* é apresentado de segunda a sexta-feira, das 8h às 9h30min. O *Bem Família*, durante a etnografia (de fevereiro a março de 2005), era exibido das 10h15min às 11h30min.

entanto, não desconsidera as semelhanças entre os moradores, e apresentou-me o desafio de definir conceitualmente estas camadas. Do mesmo modo, reconheço a relevância de, em estudos futuros, explorar outras intersecções possíveis, como etnia e faixa etária, por exemplo.

Minhas observações em campo também mostraram a necessidade de se pensar as relações entre televisão e consumo, que não está presente apenas nos anúncios comerciais, mas também no próprio conteúdo dos programas televisivos. Como demonstra Almeida (2003), a audiência dos programas televisivos é pensada por seus produtores como potencial mercado consumidor. Meu trabalho mostra que os programas de culinária aumentam o repertório de possibilidades de compra do telespectador, e informam sobre novos produtos e sua forma de utilizá-los.

Esta dissertação está dividida em quatro eixos temáticos: Morro da Caixa, Televisão, Alimentação e Consumo. Minha intenção não é tratá-los como temas separados. Ao contrário, acredito que a originalidade e a importância de minha pesquisa esteja justamente na relação entre estas temáticas.

No Capítulo 1, apresento o contexto da pesquisa. Situo o bairro e um pouco de sua história, as famílias pesquisadas, as relações entre parentes e vizinhos.

No Capítulo 2, apresento meus referenciais teóricos para pensar os meios de comunicação de massa (especialmente a televisão) e sua recepção. É neste capítulo que trato da metodologia da pesquisa e dos programas televisivos de culinária.

No Capítulo 3, descrevo a alimentação das famílias do Morro da Caixa, o papel da mulher no preparo da comida, como aprenderam a cozinhar e o registro do saber culinário em cadernos de receitas.

No Capítulo 4, a temática é o consumo – tanto das mensagens televisivas quanto de bens materiais. Mostro o sentido dado pelas telespectadoras aos programas de culinária e de que forma estes produtos midiáticos realizam uma “educação para o consumo”, familiarizando as telespectadoras sobre produtos que desconhecem.

Os nomes de minhas interlocutoras foram trocados, para me deixar mais à vontade ao tratar de questões delicadas, como, por exemplo, confissões e desabafos sobre vizinhos. Utilizo entre aspas e em itálico as expressões utilizadas por meus interlocutores, numa tentativa de trazer para o texto as muitas vozes que compõem esta dissertação.

Capítulo 1

Na “*rua dos pobres*” e na “*rua dos ricos*”

Duas perguntas eram freqüentes quando eu conhecia algum morador do Morro da Caixa. Primeiro, perguntavam-me: “*Onde tu moras?*”. Em seguida: “*Tu és filha de quem?*”. Estas perguntas apontam para duas questões importantes para se entender o Morro da Caixa e, mais amplamente, o município de Tubarão. O local onde se mora e a filiação “dizem” quem a pessoa é.

O centro da cidade é o lugar mais valorizado pelo mercado imobiliário, onde se concentra o comércio e moram os chamados “*ricos*” do município. No centro, localizam-se o hospital da cidade (que também atende pacientes dos municípios vizinhos menores), a Catedral, a Praça Sete de Setembro, a Prefeitura, e, mais recentemente, o Shopping Center. É onde se concentra o maior número de prédios comerciais e residenciais da cidade.

Em volta do centro, ficam os bairros residenciais – Oficinas, Vila Moema, Humaitá etc. – habitados majoritariamente por camadas médias. A zona rural – como o bairro Madri e Passo do Gado – é mais afastada do centro, onde estão pequenas e grandes fazendas do município, e bairros periféricos, por exemplo, Campestre e Passagem, habitados por camadas mais populares.

Pode-se dizer que o bairro do Morro da Caixa é bastante representativo das relações entre local de residência e camada social do município de Tubarão. Em uma das minhas visitas ao bairro, ouvi uma de minhas interlocutoras falar a uma conhecida que passava de bicicleta: “*Não te vi mais. Só passa agora na rua dos ricos?*” O comentário chamou-me a atenção. A senhora me explicou que chama as ruas pavimentadas, onde ficam as melhores casas, das camadas médias, de “*rua dos ricos*”. Já o lugar onde mora, de chão batido, e de casas mais simples, é a “*rua dos pobres*”. A filha desta senhora disse-me que muita gente tem medo de passar por ali. De fato, existe uma tensão entre os moradores, que pode ser exemplificada pelos modos diferenciados em que os filhos são criados, como mostro em uma das sessões deste capítulo.

As duas principais ruas do Morro da Caixa, onde concentrei minha etnografia, são bastante extensas. Uma delas vai do centro da cidade até o alto do morro do Caeté, que é o fim do bairro do Morro da Caixa. Já a outra rua corta o bairro de Oficinas e também termina no Morro. É a partir do cruzamento com uma outra avenida que passa a pertencer ao Morro da Caixa. Estas duas ruas são pavimentadas, e nelas ficam as casas das camadas médias, e algumas das camadas mais altas, como as que pertencem a um vereador e a um

empresário. As ruas principais têm alguns “becos”, que não apresentam nomes de ruas. São vias tortas, onde se concentram as casas das camadas mais populares. Estas casas são feitas principalmente de madeira, e muitas delas não são pintadas. As ruas são de chão batido, e tem sistema de esgoto precário.

O local de residência e a filiação “dizem” quem se é, como afirmei no início deste capítulo. São, por essa razão, fundamentais em grupos regidos pela lógica da hierarquia (Dumont, 1997), como é o caso das camadas populares no Brasil (DaMatta, 1997; Duarte, 1986). Estes fatores fornecem a identidade dos moradores. No caso do Morro da Caixa, é preciso retroceder no tempo para entender o estigma que marca seus habitantes.

Ninguém mora no Morro da Caixa

Em 1974, o município de Tubarão foi assolado por uma grande enchente. Depois de dois dias de chuvas intensas, em 24 de março, domingo, o Rio Tubarão transbordou, inundando boa parte do município. A forte correnteza destruiu casas, ruas e os trilhos da estação ferroviária. A cidade ficou sem energia elétrica e rede telefônica. As águas começaram a baixar dois dias depois da inundação. Segundo dados oficiais, a enchente de 1974 causou a morte de 199 pessoas e desalojou 60 mil dos 70 mil habitantes da cidade de Tubarão na época.⁹

A partir deste momento, as áreas mais altas da cidade passaram a ser procuradas por moradores que temiam novas cheias do rio Tubarão. O Morro da Caixa, que durante a enchente serviu de abrigo para moradores das partes mais baixas da cidade, começou a

⁹ As chuvas intensas na sexta-feira, dia 22 de março, e no sábado, 23 de março, já haviam alagado regiões mais baixas do município, que já estava em estado de alerta. Alguns poucos moradores abrigaram-se em regiões mais altas, como o morro da Catedral, no centro da cidade. Segundo comentários de moradores mais antigos, um comandante da polícia militar teria proibido a emissora de rádio de Tubarão a transmitir informa es sobre as cheias, para que n  houvesse pânico. Muitos atribuem as mortes   falta de informa o dos moradores, que n  sabiam da gravidade da situa o. A enchente alastrou-se na noite do dia 24, obrigando muitos moradores a se abrigarem nos telhados das casas ou em prédios vizinhos. O resgate e o envio de comida foi feito por apenas um helicóptero e barcos do Corpo de Bombeiros.

receber moradores de camadas médias e de camadas altas. No entanto, mais de 30 anos depois da enchente, o bairro ainda é conhecido como local de residência de pessoas pobres.

Convivendo com os moradores, percebi que muitos deles não se referiam ao lugar onde residem como Morro da Caixa. Vários de seus habitantes dizem que moram na “*continuação do bairro de Oficinas*”, que é ao lado. Quando fornecem o endereço, informam apenas o nome da rua. Explicaram-me também que ali não há uma caixa d’água da empresa de abastecimento do município, mas que esta caixa está localizada no Fábio Silva, bairro vizinho, e que, por essa razão, não há sentido em dizer que moram no Morro da Caixa. É interessante perceber, nas explicações dos moradores, que o bairro está negativamente associado a um lugar de famílias pobres e de negros. Frequentemente adotam uma posição de defesa ao se referirem ao bairro.

“Tem gente que é muito bairrista. Me falavam: você vai morar no Morro? Mas aqui nunca ninguém mexeu em nada. Uma quadrilha foi presa por roubo em um prédio em Oficinas”. (Marisa, 42 anos)

“Falavam para mim que o bairro não era bom, que era o lugar de gente mal-encarada. Mas não importa o lugar. O que importam são as pessoas”. (Dona Isabel, 67 anos)

“O bairro era antes conhecido como morro das cabras, porque tinham muitos negros.¹⁰ Mas hoje em dia ninguém mais diz que mora no Morro da Caixa. Todo mundo diz que mora em Oficinas”. (Dona Maria das Dores, 62 anos)

Segundo os moradores, o bairro é conhecido por ser o lugar de ladrões e traficantes de drogas. Ninguém soube identificar quem são estes moradores. Eram sempre apontados como residentes em regiões mais altas do Morro. “*Eles não moram aqui não... eles vivem mais pra lá...*” Apenas uma moradora disse-me que seu vizinho era ladrão, e me informou que nenhum morador ali deixava as portas das casas abertas quando saía para que não fosse roubado. Mas este discurso também apresenta contradições. Ela acredita que a presença de vizinhos ladrões representa perigo apenas para “*os ricos*”, as camadas médias, e que há um sentimento de proteção entre os moradores que são vizinhos de traficantes. A apreensão

¹⁰ Segundo Dona Maria das Dores, os negros eram conhecidos como pequenos criadores de cabras na região.

maior é a de que haja contato dos traficantes com os jovens e as crianças, e que estes se tornem dependentes de drogas.

Como percebe-se nos discursos, os moradores do Morro da Caixa são estigmatizados. Goffman (1988) descreve três diferentes tipos de estigma. O primeiro é o que marca as deformidades físicas. O segundo seriam “as culpas individuais”, inferidas a, por exemplo, alcoólatras e desempregados. O último tipo é referente à raça, religião e nação, que também podem ser transmitidos aos membros da família. Segundo o autor, estes diferentes tipos de estigma possuem uma característica sociológica única:

um indivíduo que poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que pode-se impor à atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus (Goffman, 1988: 14).

O autor destaca que, para tratar o estigma, é necessário uma linguagem de relações e não de atributos, pois não se trata de uma qualidade própria do indivíduo, mas de sua relação com o outro. Neste sentido, o lugar onde se mora está relacionado a uma série de condições pejorativas e discriminatórias para seus moradores.¹¹

Velho (2002), em estudo pioneiro da antropologia urbana no Brasil, destaca a visão hierarquizada dos bairros na cidade do Rio de Janeiro na década de 1970.

A criação do mito “Copacabana”, assim como “Ipanema” ou “Barra” só é possível em um tipo de sociedade em que exista uma identificação entre local de residência e prestígio social de tal forma acentuada que a simples mudança de residência possa ser interpretada como ascensão social, mesmo não havendo alterações na ocupação ou na renda das pessoas em pauta. (Velho, 2002: 89)

Segundo Velho, esta visão estimula o deslocamento espacial e novos investimentos dos moradores a outros bairros. No caso do município de Tubarão, mudar-se para o Morro da Caixa é algo depreciativo, pois significa piora nas condições financeiras, sem levar em

¹¹ Velho (2002), em etnografia realizada no prédio residencial Estrela, de classe média, em Copacabana, Rio de Janeiro, também identificou as discriminações sofridas pelos moradores deste condomínio. O autor destaca que a situação dos moradores é ambígua. Morar em Copacabana representa prestígio em relação a moradores de outros bairros cariocas, como os da Zona Norte. No entanto, residir no Estrela tinha uma conotação negativa entre os moradores do bairro, por ser um prédio de “má fama”.

conta outros fatores, como o tamanho da nova residência. Algumas das casas da “*rua dos ricos*” são bastante semelhantes às que existem em bairros mais valorizados da cidade, o que não impede que seus moradores sejam estigmatizados pelos habitantes de outros bairros.

A associação do bairro à população de cor negra também nos leva a pensar na questão racial ou étnica. São nos bairros periféricos em que há maior visibilidade da população negra em Tubarão. O município é reconhecido como lugar de população majoritariamente de cor branca, composta principalmente de descendentes de italianos. No Morro da Caixa, encontrei moradores que se referiam a um outro morador como “*aquele neguinho*”, como também aqueles que, embora de cor preta, não se classificavam como negros, mas “*morenos*”.¹²

Camadas médias e Camadas populares

Como descrito anteriormente, o Morro da Caixa apresenta diferenças importantes entre moradores de duas camadas sociais, que denomino como camada popular e camada média. Esta conceitualização teórica não é fácil de ser estabelecida. Velho (1999) discute a dificuldade desta definição, mostrando que as “fronteiras culturais” entre grupos não se estabelecem apenas a partir de condições econômicas. Além destas, há vários critérios que podem definir uma camada social, como o capital cultural e o capital simbólico (Bourdieu, 2003).

Bourdieu (2003) mostra a importância de diferenciar condição de classe e posição de classe.¹³ Neste sentido, Velho (1999) aponta para a necessidade de se atentar não apenas

¹² No Morro da Caixa, os moradores negros são de camadas populares e moram, a maioria deles, na “rua dos pobres”, com exceção de uma família, de camada média, que reside na “rua dos ricos”. Há moradores brancos de camadas populares e de camadas médias.

¹³ “Uma classe não pode jamais ser definida apenas por sua situação e por sua posição em uma estrutura social, isto é, pelas relações que mantém objetivamente com as outras classes sociais. Inúmeras propriedades

para a posição na camada social, mas para sua “trajetória”, que tentaria dar conta das diferenças no “ethos” e na “visão de mundo” de indivíduos, famílias ou grupos com renda, escolaridade e ocupação semelhantes. Mas, segundo o autor, a trajetória deve ser entendida a partir da idéia de “projeto”, para perceber o que a tornou possível.

O que a noção de projeto procura é dar conta da *margem seletiva de escolha* que indivíduos e grupos têm em determinado momento histórico de uma sociedade. Por outro lado, procura ver a *escolha individual* não mais apenas como uma categoria residual da explicação sociológica mas sim como elemento decisivo para a compreensão de processos globais de transformação da sociedade. Visa também focalizar os aspectos dinâmicos da cultura, preocupando-se com a *produção cultural* enquanto expressão de atualização de *códigos* em permanente mudança. Ou seja, os símbolos e os códigos não são apenas *usados*: são também *transformados e reinventados*, com novas combinações e significados. Entendo projeto como Schutz o definiu – *conduta organizada para atingir fins específicos* (Schutz, 1971). O sujeito da ação pode ser um indivíduo, um grupo ou uma categoria social. Chama-se a atenção para a importância da *dimensão consciente da ação* em que o sujeito se organiza para a realização de projetos definidos. (Velho, 1999: 107; *grifos do autor*)

As noções de “trajetória” e de “projeto” parecem-me úteis para definir famílias que claramente apresentam *ethos* (Bateson, 1958)¹⁴ diferentes, mas com capitais econômicos e culturais semelhantes. É o caso das famílias de Luzinete, 39 anos e de Márcia, 37 anos, moradoras do Morro da Caixa. Ambas são donas-de-casa, descendentes de italianos, moram na mesma rua, possuem rendas similares, completaram apenas o ensino médio, nasceram na zona rural, e têm filhos estudando em escolas públicas. Os diferentes *ethos* destas duas famílias podem ser marcados sob vários aspectos, como a criação dos filhos e a forma

de uma classe social provêm do fato de que seus membros se envolvem deliberada ou objetivamente em relações simbólicas com os indivíduos das outras classes, e com isso exprimem diferenças de situação e de posição segundo uma lógica sistemática tendendo a transmutá-las em distinções significantes. É a independência relativa do sistema de atos e procedimentos expressivos, ou por assim dizer, das marcas de distinção, graças às quais os sujeitos sociais exprimem, e ao mesmo tempo constituem para si mesmos e para os outros, sua posição na estrutura social (e a relação que eles mantêm com esta posição) operando sobre os “valores” (no sentido dos lingüistas) necessariamente vinculados à posição de classe, uma duplicação expressiva que autoriza a autonomização metodológica de uma ordem propriamente cultural”. (Bourdieu, 2003: 14)

¹⁴ Bateson define *ethos* como “o sistema de atitudes emocionais que comanda o valor conferido pela comunidade a uma variedade de satisfações ou insatisfações que os contextos da vida podem oferecer” (Bateson, 1958: 220).

como convivem com os vizinhos (que descrevo em uma das sessões deste capítulo). Acredito que esteja nas idéias de “trajetória” e “projeto” as melhores explicações para estas diferenças: Márcia e sua família moravam em um apartamento no centro da cidade e foram morar no Morro da Caixa quando a situação financeira da família piorou. Márcia não gosta de morar no Morro da Caixa, pretende mudar-se para outro bairro quando a situação financeira da família melhorar. Já Luzinete gosta do bairro – escolheu morar lá quando se casou. Situo a família de Márcia nas camadas médias, e a de Luzinete nas camadas populares.

Em outros casos, as diferenças podem ser expressas claramente através do capital econômico e do capital cultural, que correspondem a um determinado *ethos*. É o caso dos moradores da “*rua dos pobres*”, que defino como camadas populares, e a maioria dos moradores da “*rua dos ricos*”, que denomino de camadas médias.

Laços de Família e de Vizinhança

A maior parte das pessoas com quem convivi no Morro da Caixa são provenientes de outras cidades. Muitas delas vieram da zona rural de municípios vizinhos, como Lauro Müller, Braço do Norte, Orleans, Capivari de Baixo e São Ludgero. É o caso de Luzinete, que se mudou para o Morro da Caixa quando se casou, há 18 anos. Mora com o marido, que é motorista de uma empresa, e os três filhos. No quintal da casa, conserva alguns hábitos do sítio: cria algumas galinhas, para produzirem ovos, e planta alguns temperos. Dona Ana, conhecida como Ana Redonda, mora no Morro da Caixa há mais tempo – cerca de 30 anos. Como Luzinete, foi criada em fazenda. Casou-se com um mecânico e mudou-se para a cidade. No terreno de sua casa, fica também a casa do filho, separado, aos fundos, e a casa da ex-nora, ao lado. Dividir um mesmo terreno com filhos e irmãos é comum no Morro da Caixa. No terreno em que Dona Jura, o marido e o neto moram, há também a casa de outro filho casado, e de mais dois sobrinhos do casal. Dona Jura saiu da zona rural em

busca de emprego para o marido na cidade. Ele conseguiu trabalho na construção da rede de esgoto do município. Hoje, com problemas de saúde, tenta conseguir aposentadoria por invalidez no INSS.

Há também os moradores que vieram de grandes cidades. Léia nasceu em Porto Alegre. Veio para Tubarão com a filha Iara ainda criança e os irmãos em busca de uma vida mais tranqüila. No Morro da Caixa, casou-se com Seu João, carregador, e teve mais quatro filhos. Uma das irmãs de Léia, Zilá, também mora no Morro, em uma rua ao lado. O outro irmão vive em um bairro próximo. Quando Iara engravidou, aos 18 anos, foi obrigada pela mãe a morar com o namorado e a sogra. Após a separação, voltou para a casa da mãe. Iara e Léia construíram com as próprias mãos e material de construção que conseguiram em entulhos de obras, um “*puxado*” na casa para viver com os filhos.

No Morro da Caixa, no grupo que denomino de camada popular, muitos filhos, quando se casam¹⁵, vão morar em um “*puxado*”, extensão da casa dos pais, ou em uma casa construída no mesmo terreno. Ao se separarem, geralmente retornam à casa dos pais, e as mães ficam com os filhos. Os principais motivos de separação das mulheres é a acusação dos maridos beberem e de gastarem dinheiro com outras mulheres. O “*bom homem*” é aquele “*trabalhador*”, que não vive na “*bagunça*”. Os dois pequenos bares nas duas ruas do Morro da Caixa são freqüentados quase exclusivamente por homens. Apenas a esposa do dono de um dos bares pode ser vista freqüentemente em um deles. Nestes bares, os homens bebem – principalmente cerveja e cachaça, jogam cartas e sinuca. A mulher “*boa para o homem*” é aquela que não é “*mal-falada*”, e que também é “*trabalhadeira*”. Ser “*trabalheira*” quer dizer cuidar bem da casa e realizar os trabalhos domésticos.

Os moradores do Morro da Caixa espantavam-se com o fato de eu ter 27 anos, não ser casada ou não ter namorado, nem ter filhos, e ainda estudar. Acreditavam, inicialmente, que eu tinha por volta de 17 anos. A maioria não sabia o que é Antropologia, nem um curso de mestrado. “*Eu pensei que você tivesse 17 anos. Mas aí pensei: essa moça já estudou muito! Deve ter uns 19 anos...*” (Antônia). Entre os moradores, especialmente os de camadas populares, não é comum ter o ensino médio completo. Há muitos adultos

¹⁵ Utilizo o termo “casar” que é o mesmo usado por meus informantes. A maioria dos moradores das camadas populares não se casa oficialmente.

analfabetos. Já nas camadas médias, os jovens chegam à universidade, embora os pais não tenham completado o ensino médio.

O fato de eu não ter namorado, nem filhos, causava duas reações diferentes. Algumas mulheres diziam me admirar e “*achar bonito*” eu me dedicar aos estudos. “*Bem que você faz. Não arruma qualquer um que te enche de filho*” (Rita). No entanto, mesmo entre estas, o casamento aparecia como algo inevitável na minha vida. Desejavam-me sorte para encontrar “*um bom moço*”. Mas também recebi reações que reprovavam meu comportamento. Iara tem 29 anos, é separada, tem dois filhos. O primeiro nasceu quando tinha 19 anos. Após várias perguntas sobre a minha vida, disse-me: “*Se eu fosse você, deixava esses estudos para lá, ia arrumar um emprego... porque assim você não tem um marido, não tem uma casa que é sua, vai ter filhos quando ficar velha...*”

No bairro pesquisado, entre as camadas mais populares, os jovens casam-se cedo, antes de completar 20 anos. Há numerosos casos em que os casais “*se juntaram*” por causa de uma gravidez não planejada. Os casamentos, em geral, são mais instáveis que entre as camadas médias. É comum encontrar mulheres por volta de 30 anos no segundo casamento. Dona Madalena, cozinheira, tem 47 anos. Separou-se do primeiro marido porque ele bebia e tinha um “*caso*” com a vizinha. Atualmente, está casada com Tiago, 14 anos mais novo, que trabalha como servente em obras. Jorge prefere que a mulher, que ele costuma chamar de “*mãe*”, não trabalhe fora, para que ele encontre almoço pronto, roupa lavada e casa arrumada quando ele chega em casa. Madalena elogia o atual marido, pois ele é “*trabalhador*”, “*valoriza-a*” como mulher e lhe “*ajuda*” em alguns trabalhos domésticos, como fazer pão nos finais de semana.¹⁶

Em certos períodos, é comum os avós maternas criarem os netos. Os netos de Rita, de oito e dez anos, moram com a avó desde que a mãe, que reside em Florianópolis, passou a ter depressão. O neto de Fátima, de oito anos, passa a maior parte do tempo com a avó, para que a mãe possa trabalhar como balconista em uma loja de calçados. Os netos das duas donas-de-casa estudam a duas quadras do bairro, em Oficinas, onde há duas escolas estaduais de Ensino Médio. No Morro da Caixa, há uma escola de ensino fundamental e uma creche, ambos mantidos pela prefeitura do município. Além das avós maternas, é

¹⁶ No Capítulo 3, mostro que as atividades domésticas realizadas pelos homens no Morro da Caixa são raras, e consideradas como uma “*ajuda*” às mulheres.

recorrente a tia materna abrigar a criança quando os pais têm dificuldades para criá-la. Antônia, solteira, cuidou do sobrinho juntamente com a avó até o menino atingir a adolescência.

A circulação de crianças ocorre com mais frequência nas camadas populares e, nestas, principalmente entre parentes consangüíneos. Esta circulação mostra diferenças nos sistemas de valores das camadas médias e das camadas populares. Segundo Fonseca (1995), nas camadas médias e nas famílias de trabalhadores de trajetória ascendente, o modelo de família está centrado na conjugalidade. Neste modelo, os parentes consangüíneos têm papel secundário. Há a idéia de “projeto familiar”: as crianças são o alvo do casal. Por elas, os pais fazem alguns sacrifícios. “Usando termos claramente de classe média, pode-se dizer que nessas famílias as pessoas ‘trabalham’ seu relacionamento conjugal e ‘investem’ nos filhos a fim de ‘construir’ uma família” (Fonseca, 1995: 38-9). A continuidade da família e o planejamento estão imbricados em sua concepção de tempo. Pode-se pensar na ênfase que os pais dão na educação dos filhos como exemplo desses valores das camadas médias. Ivete, que se separara do marido após casamento de mais de 20 anos, destacava a importância dos filhos terem concluído o Ensino Médio e de dois deles estarem cursando faculdade particular.

Já nas camadas populares, as “crianças são consideradas não como indivíduos singulares, mas sim como partes integrantes do grupo” (Fonseca, 1995: 39). Nestas famílias, os laços conjugais não são tão fortes nem estáveis. Há uma rede de consangüíneos, que exercem demonstrações de solidariedade mútua. Como observa Fonseca, entre as camadas populares, não se teme que o afastamento do filho da mãe biológica vá acarretar danos psicológicos. Esta é outra diferença em relação aos pais das camadas médias. “Com sua memória convenientemente curta, este grupo passou a condenar a circulação de crianças como uma prática de pais ‘desnaturados’, usando-a para marcar a distinção entre as famílias respeitáveis e as moralmente repreensíveis” (Fonseca, 1995: 40). Ivete preocupa-se com possíveis traumas nos filhos. Ela atribui o fato das duas filhas terem ficado em provas finais na escola a problemas psicológicos causados pela separação do casal.

Os filhos que não se casam continuam a morar com os pais, principalmente com as mães. Dona Guilhermina, 87 anos, mora com a filha e o filho solteiros. Uma outra filha

casada mora no mesmo bairro, em uma rua próxima, com o marido e o filho. A filha solteira de Ana Redonda também mora com a mãe. Em épocas de maiores dificuldades financeiras, os filhos voltam a morar com pais. Foi o que aconteceu com o filho de Dona Madalena, que foi morar com ela e o marido, junto com a esposa e o filho.

Quando os casais se separam, é importante que a mulher mantenha um bom relacionamento com o ex-marido, para que ele continue sustentando os filhos. Por isso, as mulheres evitam ficarem “*mal faladas*” na vizinhança. Dona Alice separou-se do marido há alguns anos, porque ele gostava de “*bagunça*”. Ainda assim, recusa os convites de amigos para sair para dançar nos clubes da cidade. Segundo ela, o ex-marido poderia ficar sabendo, e deixaria de dar dinheiro para os dois filhos.

Os laços entre mães e filhos são bastante fortes nas camadas populares. Em separações, os filhos permanecem com as mães, e, em geral, são aceitos pelo padrasto. Outros laços importantes são entre irmãos. Em uma das “*ruas dos pobres*”, muitos irmãos eram vizinhos. Pode-se observar a solidariedade entre eles. Léia costumava visitar o irmão no hospital psiquiátrico com mais frequência que a cunhada. Antônia prepara o almoço para o sobrinho para que a irmã trabalhe. É a irmã de Márcia que faz suas unhas. Márcia cuidou da sogra da irmã quando ela estava de cama, em estado terminal.

Além dos vínculos entre consangüíneos, é importante ressaltar a solidariedade entre vizinhos. Como descrevo no Capítulo 3, há muitas trocas de receitas entre as mulheres. Mas há também outros favores. Os vizinhos são especialmente importantes quando os consangüíneos não moram perto, ou há desentendimento entre eles. Foi um vizinho de Antônia que buscou de carro um aparelho de televisão antigo que ela tinha ganhado dos ex-patrões. Neusa recorreu à vizinha Sueli para escrever uma declaração de que estava trabalhando. A faxineira, que é analfabeta, disse que não pediria à irmã, porque havia brigado com ela.

Boa parte dos homens das camadas populares exerce trabalhos braçais: são serventes da construção civil e carregadores. Os trabalhos, de um modo geral, não são fixos. Muitos vivem de “*bicos*”, que são pequenos trabalhos, como construir muros, realizar pequenas reformas em casas, capinar quintais, consertar eletrodomésticos. Quem recebe pouco mais de um salário-mínimo por mês é considerado em boas condições econômicas. Percebe-se que o prestígio de uma profissão é relacional. Na camada popular, o pedreiro

ocupa uma posição superior, pois, como afirma Iara, “*é rico, ganha mil reais*”. Já entre a camada média, é visto como trabalhador braçal. Nesta, ocupações como a de bancário ou de servidor público, por exemplo, tem mais prestígio.

Outras profissões comuns entre os homens de famílias de camada popular no bairro são motorista e mecânico, que também são consideradas bem remuneradas. A maioria das mulheres não trabalha fora com regularidade. Quando trabalham, muitas “*fazem faxina*”. Geralmente, trabalham em poucas casas, das camadas médias e altas da cidade, fazendo a limpeza da casa uma vez por semana ou duas vezes por mês. Essas mulheres não chegam a ganhar um salário-mínimo por mês. É comum receberem comida e roupas usadas dos patrões. Quando falam do trabalho, as faxineiras costumam demonstrar orgulho por serem consideradas pessoas “*de confiança*” dos patrões, que realizam bem o trabalho, e que “*não mexem em nada*”. É o caso de Antônia, 57 anos, que tinha decidido parar de fazer faxinas por causa de fortes dores no joelho. A pedido de uma antiga patroa, do centro da cidade, aceitou continuar limpando a casa dela. “*Ela sempre foi muito boa para mim... me dava chinelos, me deu xícaras...*”

Os moradores do Morro da Caixa que defino como pertencentes às camadas médias são servidores públicos, bancários, comerciantes, comerciários e empresários. A maioria das mulheres, como as de camada popular, são donas-de-casa. Algumas delas têm ou já tiveram trabalho fora de casa. É o caso de Marisa, cabeleireira, casada com um bancário, que tem um salão de beleza na parte da frente de sua casa.

Nota-se nos discursos da população de Tubarão uma forte xenofobia – e esta aversão às pessoas que vêm de outras cidades, é especialmente presente para com os gaúchos. Os problemas decorrentes do crescimento do município, como aumento da violência e da criminalidade, são atribuídos aos que “*vem de fora*”. Assim como Léia, Ivete é gaúcha de Porto Alegre. Mas, ao contrário da vizinha, vive em uma casa confortável, de dois pisos, que alugara há alguns meses. Ela também veio para Tubarão em busca de uma vida melhor em uma cidade pequena. Junto com o marido, abriu uma loja de peças para carros na cidade. Separou-se dele depois que descobriu que ele a traía com outra mulher. Aos 47 anos, recomeçou a estudar – está concluindo o Magistério em uma escola pública – para se curar da depressão. Mora no Morro com três dos quatro filhos e a mãe. Ivete

reclama do preconceito que sofre por ser gaúcha. Os colegas do colégio em que estuda comentam sobre seu sotaque.

Criação dos filhos: na rua x no pátio

Márcia morava em um apartamento no Centro da cidade, e foi morar no Morro da Caixa há três anos quando a situação financeira da família piorou. Ela não gosta que os filhos – dois meninos gêmeos de oito anos de idade – brinquem com as crianças da vizinhança, porque eles *“aprendem palavrões e comportamentos de crianças mal-educadas”*. Ela repreende os meninos por a chamarem de *“minha nega”*: *“isso eles aprenderam na escola, com as outras crianças de lá”*. Na casa de Márcia, foi construída uma varanda, que é protegida por uma tela, para que os filhos brinquem sem o contato das crianças da rua.

Fátima também não gosta que o neto de nove anos – que ela cria desde bebê para que a filha possa trabalhar – brinque com outras crianças do Morro da Caixa. A criança está sempre próxima a ela. Fátima não presenteou o neto com uma bicicleta com receio de que ele *“suba o Morro”*: *“Prefiro que ele desça”*, o que significa ir em direção ao centro. Segundo a dona-de-casa, o contato com outras crianças do bairro poderia levar o menino a adquirir *“maus comportamentos”*, como *“falar palavrão”*, *“fumar cigarro”*, *“beber (álcool)”*. Além disso, há o perigo dos *“ajuntamentos”*, que é o agrupamento de jovens nas ruas, que geram a *“bagunça”*. Os *“ajuntamentos”* são vistos negativamente. Alguns moradores diziam-me para evitar passar por grupos de rapazes, porque estes podiam *“mexer”* comigo.

Estar na rua não é perigoso apenas para as crianças, mas também para as mulheres. Estas não podem viver *“na costeira”*, que seria freqüentar constantemente a rua e a casa de vizinhos. A mulher *“costeirenta”* é acusada de descuidar-se dos trabalhos domésticos e do cuidado com os filhos, e corre o risco de ficar *“mal falada”* na vizinhança.

Nas camadas mais populares, as crianças têm maior liberdade para andar e brincar na rua. Léia repreende Iara por esta se preocupar quando o filho está na rua. Para a avó, a criança deve brincar fora de casa. “*Criei todos os meus filhos na rua, e nunca aconteceu nada. Estão aí todos fortes*”. Ela acredita que, na rua, as crianças adquirem mais força e aprendem a se defender dos possíveis perigos.

Estas diferenças na criação dos filhos exemplificam diferentes *ethos* que unem e caracterizam moradores de camadas médias e moradores de camadas populares como grupos distintos. O comportamento de moradores de camadas populares é bastante criticado e temido pelos das camadas médias no Morro da Caixa.

Da varanda do segundo piso de sua casa, Ivete observa os vizinhos. Do lado de sua casa, estão as “*casas dos pobres*”. Ela não aprova o comportamento destes moradores: “*As crianças estão sempre na rua. Os adultos também. O que será que eles fazem? Por que os pais não incentivam as crianças a estudarem? Aquele menino lá não vai à escola há três dias. Eu perguntei para a mãe dele. Ela me disse que ele não estava indo para escola porque tinha extraído um dente e não podia pegar sol. Mas ele está aí no sol. Na escola, dentro da sala, ele não pega sol. Aquele outro menino, que tem dez anos, mal sabe ler. Os meus filhos [agora com 24, 22 e 18 anos] entraram no colégio com cinco anos e já sabiam ler*”.

Ivete também destaca outro “*mau comportamento*” dos vizinhos que é uma crítica comum entre os moradores de camadas médias: as brigas. “*Eles são muito barraqueiros. Tem briga entre marido e mulher, vizinhos... Sempre junta todo mundo para ver. Dá até polícia. Eu vou para dentro de casa e prefiro nem ver!*” As brigas são constantes. Em um dos primeiros dias de campo, acompanhei uma delas da casa de Iara, que fica na “*rua dos pobres*”. Enquanto tomava café com sua tia, Iara saiu correndo para a rua: “*é briga*”. Os outros moradores fizeram o mesmo. Dirigiram-se para a rua em que uma das vizinhas discutia com o ex-marido, que se recusara a voltar para a casa. A mulher pegou um tijolo para atirar no ex-marido, e foi contida pela mãe. Os outros vizinhos apenas observavam. Iara explicou-me: “*Aqui é assim. Todo mundo assiste, mas ninguém se mete*”. A discussão acabou quando o homem foi embora. Os moradores então voltaram para as casas.

Esta e outras brigas que ocorreram no Morro da Caixa mostram que os moradores oscilam entre duas idéias opostas: a de que, no Morro, “*todo mundo se conhece*” e “*todo*

mundo sabe da vida de todo mundo” e a idéia de que *“ninguém se mete na vida dos outros”*. Como demonstra DaMatta (1997), na sociedade brasileira estas duas idéias, uma própria de sociedades holistas e tradicionais, e outra típica de sociedades modernas e igualitárias, são utilizadas dependendo do contexto. Desta forma, ora podemos ser tratados como *“indivíduos”*, ora como *“pessoas”*. Quando vítimas de fofocas, os moradores reclamam o direito de serem *“indivíduos”*.

“Todo mundo se conhece”

Segundo os próprios moradores, o Morro da Caixa é um bairro com muita *“fofoca”*.

“Aqui a gente tem que ficar de boca fechada. É muita fofoca. Por qualquer coisa já tem briga.” (Sueli)

“Aqui tem muita fofoca. Todo mundo diz isso. Mas desde que não falem de mim...”
(Dona Maria das Dores)

A fofoca tem sempre conotação negativa. Os moradores afirmam ter muita fofoca no bairro, mas nenhum deles se admite fofoqueiro. E ninguém quer ser vítima de fofoca. Essa mesma observação foi feita por Fonseca (2000) em uma etnografia na Vila do Cachorro Sentado, de grupos de camada popular em Porto Alegre.

A fofoca envolve, pois, o relato de fatos reais ou imaginários sobre o comportamento alheio. Ela é sempre concebida como uma força nefasta, destinada a fazer mal a determinados indivíduos. Ninguém se considera fofoqueiro, mas todo mundo concorda em dizer que há fofoca constantemente na vizinhança. (Fonseca, 2000: 41)

A autora cita interpretações antropológicas para se compreender a fofoca. A fofoca pode criar uma história social do grupo, reforçando o sentimento de pertencimento à

comunidade. Pode também servir para delimitar os limites do grupo, integrando ou excluindo indivíduos. Além disso, pode ter a função educativa, ensinando princípios morais, ou ser uma importante fonte de informação. Serve ainda para informar a reputação dos moradores de determinado lugar. Esta última é a que a autora identifica como a mais relevante para entender a fofoca no grupo que estudou.

No Morro da Caixa, variados assuntos são temas de fofocas: separação de casais, brigas entre familiares e vizinhos, tentativas de suicídio, a suposta prostituição de certas mulheres, os maus-tratos aos filhos... A fofoca é, como mostra Fonseca, “domínio feminino por excelência”. É a contrapartida das mulheres em uma rede de trocas simbólicas. A fofoca acontece nas conversas de portão entre vizinhas, entre mulheres sentadas na rua, no encontro entre vizinhos na padaria. São também nestes momentos em que os moradores buscam identificar pessoas que não reconhecem como sendo do bairro.

No Morro da Caixa, “*todo mundo se conhece*”. Sabe-se o nome, em que casa mora, quem são os pais, a profissão. Ouve várias vezes comentários entre vizinhas sobre pessoas que passavam nas ruas. Tentavam descobrir onde moravam, de quem eram filhos ou parentes, e o que estavam fazendo ali. Isso aconteceu com minha presença constante no bairro. Enquanto andava pelas ruas, moradores me cumprimentavam e faziam-me perguntas. As relações são marcadas pela pessoalidade, uma situação semelhante à encontrada por Prado (1987) na cidade de Cunha, interior de São Paulo.

O reconhecimento é, portanto, algo básico nesse sistema; reconhecimento no sentido de saber-se quem é quem. E, em paralelo com isso, a confiança, na medida que todos são identificados, ou rapidamente identificáveis, pela relação com alguém. (Prado, 1987: 52)

Prado cita o trabalho de DaMatta. Para este autor, em cidades pequenas, a expressão “você sabe com quem está falando?”, que expressa as relações hierárquicas e autoritárias nas sociedades brasileiras, não faz sentido.

Numa cidade pequena não se usa essa forma de fuga do anonimato, simplesmente porque o anonimato não existe. O mesmo ocorre em sociedades tribais onde a posição numa família, o fato de se possuir um certo conjunto de nomes ou de se pertencer a uma dada linhagem

já definem a pessoa como tendo certas prerrogativas sociais.
(DaMatta, 1979: 70)

Minha entrada em campo também se deu por relações pessoais. Minha mãe, que participa de um grupo católico que visita moradores do Morro da Caixa, apresentou-me a alguns conhecidos. Através destes, e da relação de confiança estabelecida por minha mãe, fui apresentada a outros moradores, e constituí, em cerca de duas semanas, uma rede de interlocutores que me possibilitou realizar a etnografia. Nesta rede não estão incluídos os moradores inicialmente apresentados por minha mãe, o que considerei importante para não ter a imagem vinculada a um grupo religioso que presta auxílio ao bairro. Durante a etnografia, morei na casa de meus pais, localizada no centro, próxima aos trilhos da linha ferroviária, que marca o início do bairro Oficinas.

A pessoalidade também está presente nas relações políticas. Um político é considerado bom quando utiliza seu cargo para realizar favores pessoais a algum habitante. Uma das moradoras do Morro da Caixa, por exemplo, tem uma fotografia em que aparece ao lado do ex-prefeito exposta na sala de sua casa: “*Ele foi muito bom para mim, me ajudou quando eu precisava...*” Estas relações de pessoalidade marcam ainda os pequenos comércios do bairro, que descrevo a seguir.

Da “*verdureira*” ao supermercado

Logo que iniciei a etnografia, ocorreram dois fatos importantes no Morro da Caixa, em dias próximos: a abertura de um supermercado há poucos metros do Morro, no bairro Oficinas, e o fechamento da “*verdureira*” do Seu João, pequeno mercado que vendia frutas e verduras. Estes fatos mostram as modificações que o bairro vêm sofrendo nos últimos anos em decorrência da urbanização e da gentrificação, já que o local passou a ser habitado por moradores de maior capital econômico. Segundo relatos de moradores, outros pequenos

mercados fecharam em épocas recentes no bairro, como uma padaria e uma outra “*verdureira*”.

O fechamento destes mercados representa também a mudança de certas relações de pessoalidade que havia entre quem comprava e quem vendia os alimentos. Dona Maria das Dores tem uma padaria no bairro há 30 anos. O marido é padeiro. Eles moram na casa que fica aos fundos da loja. O casal tem três filhos homens, todos casados. Apesar de terem aprendido a fazer pão com o pai, nenhum dos três filhos quis trabalhar no negócio da família. Quando o marido de Dona Maria das Dores se aposentar, a padaria vai fechar. No atendimento dos clientes, trabalham duas sobrinhas adolescentes da dona. Em troca, recebem material escolar, roupas e fazem as refeições no próprio lugar. As duas sobrinhas se alternam no trabalho de acordo com o turno na escola: uma atende no balcão à tarde, e estuda pela manhã, enquanto a outra estuda à tarde e trabalha pela manhã. Os clientes são todos conhecidos por Dona Maria das Dores. É muito comum a compra a fiado, mas apenas entre aqueles que a dona permite. Estas relações baseadas na pessoalidade e na confiança não se encontram em supermercados. Nestes, dificilmente os clientes têm contato com o dono do estabelecimento no momento da compra – são sempre atendidos por funcionários – e o pagamento é feito com dinheiro, cartão bancário ou cheques, mas estes com a apresentação de documentos e informações extras, como o número de telefone.

Ortiz descreve este mesmo processo na França citando o trabalho de Chombart de Lauwe sobre o cotidiano de famílias operárias. Este autor percebe que estas famílias costumam fazer compras em pequenas quantidades em comércios próximos a suas casas. “Presta-se menos atenção aos preços e à qualidade dos produtos do que na familiaridade do lugar ou na simpatia do dono da loja. Dito em jargão sociológico, as relações pessoais predominam sobre as impessoais” (Ortiz, 1994: 83-4).¹⁷

Outro momento bastante representativo das mudanças no Morro da Caixa são os funerais. Dona Rita, que morrera no período em que estava em campo, tinha uma pequena lanchonete próxima à padaria de Dona Maria das Dores, e morava com o filho, a nora e os

¹⁷ Segundo Ortiz, a partir da década de 60, na França, surgem os “super” e “hiper” mercados, que passam a ser o principal modo de abastecimento da população. “Com isso, os estabelecimentos tradicionais começam a declinar, os produtos deixados de ser comprados na ‘loja ao lado’; *boucher*, *boulangier*, *volailleur* são gradativamente substituídos pelos grandes distribuidores. Essa transformação do pequeno comércio se associa ao desenvolvimento e a consolidação de uma indústria agroalimentar, dissociando o alimento do ritmo das estações. Como dizem alguns especialistas, ‘a natureza recua da mesa dos franceses’” (Ortiz, 1994: 84).

netos no piso superior da lanchonete. Seu corpo fora velado em sua casa, o que já não é tão comum entre os moradores do Morro. Estes me informaram que a maioria dos velórios já é realizada em casas funerárias, no bairro de Oficinas. O corpo da sogra da irmã de Márcia fora velado em uma capela do Morro. Os parentes optaram por não velar o corpo em casa. Segundo eles, por causa da “*praticidade*” e maior “*comodidade*” da família e dos parentes.

Religião: católicos e evangélicos

Os moradores do Morro da Caixa, principalmente os das camadas mais populares, são bastante assediados por missionários religiosos de diversas igrejas, como Assembléia de Deus, Deus é Amor, Testemunhas de Jeová e Igreja Católica. Nesta última, há grupos que realizam orações nas casas dos moradores que aceitam receber as visitas, e distribuição de cestas básicas de alimentos mensalmente. Estas cestas contêm arroz, feijão, trigo, óleo de soja, açúcar, café e macarrão. Para receber estes alimentos, é necessária a visita de um missionário que atesta a falta de recursos da família para comprar a comida. Alguns moradores recorrem aos grupos católicos para conseguir dinheiro para comprar medicamentos ou botijões de gás. Os moradores do Morro da Caixa reclamam que passam por situações de humilhação para conseguir certos benefícios.

As tensões entre os moradores de camadas mais populares e integrantes da Igreja Católica evidenciam-se nos discursos de mulheres que sentem desconforto ao freqüentar missas na Igreja de São José, a mais próxima ao bairro, que fica a poucas quadras do morro. Algumas mulheres dizem sentirem-se mais bem-recebidas nas Igrejas Evangélicas, enquanto na Igreja Católica sentem-se alvo dos olhares e dos comentários dos freqüentadores de camadas sociais superiores.

“Na Igreja fica um olhando para o outro, vendo a roupa que você está.” (Alice)

“Lá eu me sinto observada. Parece que estão reparando na minha roupa... Na [Igreja] Evangélica, eu não me sinto assim.” (Madalena)

Nas camadas médias, a maioria é de católicos, mas há também um número crescente de evangélicos. Já nas camadas populares, a maior parte das famílias não frequenta com regularidade nenhuma Igreja. Há vários moradores que vão a missas na Igreja Católica e, quando convidados por missionários de outras religiões, participam de cultos em outras igrejas. Dona Rita era católica. Há alguns meses, está frequentando a Igreja “Deus é Amor”. Segundo a dona-de-casa, teve uma “revelação divina” quando entrou na nova Igreja. Para ela, esta é mais rigorosa que a doutrina católica. Os praticantes devem participar de cultos quase todos os dias. Após o batismo, os fiéis são orientados a mudarem alguns hábitos: as mulheres não podem usar saias com altura acima dos joelhos, nem devem usar adornos, como brincos. Os batizados também devem evitar assistir a televisão, que só é permitido em momentos em que se veicula o que consideram “boa informação”, que seriam as reportagens jornalísticas. Os outros programas, principalmente novelas e filmes, são proibidos.

Capítulo 2

Televisão e Culinária

... temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura.
Martín-Barbero (1995: 55)

As relações entre veículos de comunicação e recepção vêm sendo estudadas desde o início do século XX,¹⁸ introduzidas pelos estudos do funcionalismo norte-americano. Esses primeiros estudos, cujos maiores expoentes são Lazarsfeld, Merton e Laswell, sugeriam uma relação de predomínio do emissor sobre o receptor, uma relação de poder – como se houvesse uma ação direta do primeiro sobre o segundo. Essa relação subentende um receptor passivo. Nos anos 50, o modelo funcionalista de análise em comunicação surgiu no Brasil a partir do surgimento e crescimento das agências norte-americanas de publicidade, institutos de pesquisa e de opinião pública. “Para se conseguir um controle social sobre a massa, fenômeno das novas sociedades urbano-industriais, não se trabalhava diretamente com as massas, mas com os indivíduos, indagando sobre suas carências, desejos e necessidades” (Sousa, 1995: 17).

Os integrantes da Escola de Palo Alto – Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Edward Hall e Erving Goffman – questionaram os modelos lineares e funcionais que tentavam compreender a comunicação.¹⁹ Para eles, a comunicação é desenvolvida em vários níveis e não apenas numa relação simétrica do emissor para o receptor. A Escola de Palo Alto compreende os indivíduos como participantes do processo comunicativo e não apenas emissores ou receptores, como a perspectiva funcionalista. O modelo desta escola foi

18 Max Weber, em um texto pouco conhecido do ano de 1910, formula um programa de pesquisa sociológica para a imprensa, e destaca a relevância de se atentar para o ato cotidiano de ler jornais. O autor oferece um guia de orientação para a pesquisa sobre a influência da imprensa: “Perguntando primeiro: O que aporta a imprensa à conformação do homem moderno? Segundo: Que influências exerce sobre os elementos culturais objetivos supraindividuais? Que deslocamentos produz neles? O que se destrói ou é novamente criado no âmbito da fé e das esperanças coletivas, do "sentimento de viver" – como se diz hoje em dia – , que possíveis atitudes são destruídas para sempre, que novas atitudes são criadas?” (Weber, 2002: 192).

19 Esta escola, composta também por psiquiatras, como Paul Watzlawick, Don Jackson, Jurgen Ruesch e Albert Scheflen, criticavam o modelo “transmissional”, proposto por Shannon e Weaver (1949), que também foi definido como “linear” e “telegráfico”. A chamada “nova comunicação”, proposta por Palo Alto, foi influenciada por noções em desenvolvimento na época, como a teoria geral dos sistemas, do biólogo Ludwig von Bertalanffy, e o princípio da retroação ou circularidade da teoria cibernética do matemático Norbert Wiener.

denominado por Winkin (1998) como “orquestral”, pela interatividade e atividade simultânea dos elementos envolvidos na comunicação. Bateson, um dos precursores deste modelo, buscou desenvolver uma epistemologia para entender a comunicação “não mais como um ato individual, e sim como um fato cultural, uma instituição e um sistema social” (Samain, 2001).

No Brasil, nos anos 60, uma parte dos pesquisadores voltou-se para questões relativas ao subdesenvolvimento. Neste período, foi formulada a teoria da dependência. Esta procurou explicitar as relações entre países centrais e hegemônicos e países subdesenvolvidos e dominados. Os meios de comunicação eram vistos como importantes agentes nesse processo de dominação, instrumentos dos interesses do Estado e envolvidos com capital estrangeiro, produzindo efeitos alienantes sobre a população.

Já o modelo frankfurtiano, principalmente a concepção de “indústria cultural”, estudada com maior ênfase de 1960 a 1980, ressaltava que a relação de dominação não era apenas linear e direta entre Estados capitalistas desenvolvidos e os subdesenvolvidos. A racionalidade técnica era tida como instrumento da dominação na modernidade. Enquanto “no funcionalismo o sujeito era a ordem do sistema e, na teoria da dependência, o Estado e as formações sociais desenvolvidas”, como explica Souza, “o modelo frankfurtiano se centralizava na crítica do econômico sobre a sociedade, sobretudo na razão técnica alimentadora desse processo, objeto que de fato se interrogava como sendo o ‘quem’ do processo social da comunicação. Já no nível empírico o receptor era tido sempre como objeto / mercadoria / instrumento (Sousa, 1995: 20)”.²⁰

Na perspectiva adorniana, o prazer é considerado prejudicial ao pensamento crítico, e, portanto, alienante. Para não ser “influenciado”, o receptor deveria ter uma atitude de distanciamento, já que a “catarse” e a “contigüidade” agiriam negativamente sobre ele, aumentando o poder da mensagem sobre aquele que a recebe.

Walter Benjamin, integrante da Escola de Frankfurt, foi pioneiro ao vislumbrar a mediação fundamental que permite pensar historicamente a relação da transformação nas condições de produção com as mudanças no espaço da cultura. O autor revelou as

²⁰ É importante considerar o contexto da época em que a Escola de Frankfurt foi formada. Nas décadas de 20 e 30, as preocupações de seus estudiosos estavam voltadas para a análise da falência do socialismo revolucionário na Europa Ocidental, o totalitarismo do comunismo no leste europeu, a crise econômica de 1929, além do crescimento de monopólios econômicos e do surgimento do nazismo (Marcus, Fisher, 1986).

transformações dos modos de percepção e da experiência social. Como afirma Martín-Barbero, os trabalhos de Walter Benjamin ajudam-nos a compreender melhor “o popular na cultura, não como sua negação mas como experiência e produção” (2003: 76). Para Benjamin (1985), não se pode entender o que se passa com as massas sem considerar sua experiência. Em clara oposição a Adorno, o autor não vê necessariamente uma separação entre atividade crítica e prazer artístico, e considera as novas técnicas e as “massas” como uma possibilidade de emancipar a arte, que se encontrava restrita ao consumo da elite aristocrática.

A idéia de receptor passivo e alienado foi relativizada pelos Estudos Culturais²¹. Em sua concepção mais ampla, o projeto dos estudos culturais é compreender o funcionamento da cultura, particularmente nas últimas décadas do século passado até hoje: “como as produções culturais operam e como as identidades culturais são construídas e organizadas, para indivíduos e grupos, num mundo de comunidades diversas e misturadas, de poder do Estado, indústrias da mídia e corporações multinacionais” (Culler, 1999: 49). De acordo com Culler, os estudos culturais modernos tiveram uma genealogia dupla. Surgiram primeiro do estruturalismo francês dos anos 60, que tratava a cultura como uma série de práticas cujas regras ou convenções que deveriam ser descritas. A segunda fonte é a teoria literária marxista na Grã-Bretanha. As obras de Raymond Williams (1969) e de Richard Hoggart (*The Uses of Literacy*, 1973), fundador do Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies, exploraram a cultura operária popular. Os estudos culturais, explica Culler, indagam em que medida somos manipulados pelas formas culturais e em que medida, ou de que maneiras, somos capazes de usá-las para outros propósitos, exercendo a “agência” – a questão de que em que medida podemos ser sujeitos responsáveis por nossas ações e em que medida nossas aparentes escolhas são limitadas por forças que não controlamos.

Neste sentido, são importantes as contribuições de Stuart Hall (1992), para quem significados codificados podem diferir de significados decodificados, abrindo a possibilidade de o mesmo texto admitir a pluralidade de leituras. Segundo o autor, há três categorias de entendimento das mensagens da indústria cultural: o “código hegemônico ou

²¹ Para maior contextualização dos Estudos Culturais, ver MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

dominante” (espectador interpreta a mensagem da TV usando os mesmos valores conotativos utilizados pelos transmissores); o “código oposicional” (espectador é capaz de decodificar a mensagem dando-lhe um sentido inverso ao que o transmissor pretendeu conferir-lhe) e o “código decodificador negociado” (combinação de elementos de adaptação da mensagem às regras impostas pelo contexto social do espectador). Pode-se acrescentar as contribuições de David Morley, que define a audiência como um momento em que o discurso do leitor (neste caso, do texto televisivo) encontra o discurso do texto (Shohat & Stam, 1996).

As mensagens televisivas podem ser lidas como um texto, de acordo com a abordagem semiológica. Umberto Eco afirma que um texto exige a existência de um receptor como condição fundamental de sua própria significação. Desta forma, um texto é feito para que o leitor o atualize, embora não haja expectativas de que exista esse leitor-empírico.

Para o autor italiano, durante a leitura, ocorre uma “cooperação textual”. O texto é, nas palavras de Eco, uma “máquina preguiçosa”, cheio de lacunas que devem ser preenchidas pelo leitor. Este, durante a produção textual, está presente na forma de um leitor-modelo. Segundo Eco, “(...) pode-se dizer que o texto é um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte do próprio mecanismo gerativo” (Eco, 1986: 39). Deste modo, a interpretação é um processo dialógico entre a produção da mensagem e a sua leitura. Ainda que o leitor-empírico não seja fiel às intenções do autor, na sua leitura ele idealiza também o autor e o leitor que teria sido imaginado durante a sua produção. O texto deve deixar ao leitor a iniciativa interpretativa, embora isso não signifique total liberdade de interpretações, pois a leitura também tem limites (Eco, 1986).

Segundo Eco, quando há diferenças sociais significantes entre codificadores e decodificadores de um texto, a codificação da mensagem será necessariamente “aberrante”. Ou seja, o texto será decodificado por um sistema diferente de códigos e convenções daqueles que operaram durante a produção da mensagem. Neste caso, a significação será determinada mais pelo contexto social do decodificador do que pelo codificador. Segundo o autor, nos meios de comunicação de massa, cujos textos são decodificados por uma enorme variedade de grupos sociais, a decodificação “aberrante” é a mais usual. “A variedade das

interpretações é a lei constante das comunicações de massa” (1984: 171). “Aberrante” não quer dizer errôneo, mas sim que difere das intenções do emissor.

Pensar no dialogismo do processo comunicativo nos remete à obra de Bakhtin. Para o autor russo, o discurso possui uma natureza relacional: “qualquer desempenho verbal inevitavelmente se orienta por outros desempenhos anteriores na mesma esfera, tanto do mesmo autor como de outros autores, originando um diálogo social e funcionando como parte dele”. Desta forma, o autor afirma que “cada enunciado é um elo da cadeia muito complexa de outros enunciados” (1997: 291).

De acordo com Bakhtin, a linguagem – qualquer forma de discurso ou escrita – é sempre um diálogo. Este consiste em três elementos: o locutor, o ouvinte, e a relação entre os dois primeiros. O ouvinte possui papel ativo:

De fato, o ouvinte que recebe e compreende a significação (lingüística) de um discurso adota simultaneamente, para com este discurso, uma atitude *responsiva ativa*: ele concorda ou discorda (total ou parcialmente), completa, adapta, apronta-se para executar, etc., e esta atitude do ouvinte está em elaboração constante durante todo o processo de audição e de compreensão desde o início do discurso, às vezes já nas primeiras palavras emitidas pelo locutor (1997: 290).

O dialogismo de Bakhtin não está reduzido ao diálogo verbal. Qualquer enunciado tem um “outro”, inclusive o monólogo solitário.

Machado (2000) considera que a televisão é polifônica, assim como as leituras dos telespectadores. Para o autor, o telespectador não é apenas receptor da mensagem, mas é também seu editor, já que participa ativamente (em níveis diferentes, de acordo com o esforço de cada um) da produção de sentido.

Também são importantes as contribuições de Martín-Barbero, que trata das especificidades latino-americanas. O autor destaca a importância do contexto sócio-cultural do espectador na interpretação da mensagem midiática. Para os pesquisadores da televisão, ele propõe uma mudança teórica importante: passar “dos meios às mediações”.

(...) em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das *lógicas* de produção e recepção, para *depois* procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das *mediações*, isto é,

dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão. (Martín-Barbero, 2003: 304, *grifos do autor*).

As mediações, de acordo com Martín-Barbero, seriam todos os fatores que existem entre a produção da mensagem e sua recepção, e que atuam diretamente na interpretação do texto. Segundo esta perspectiva, uma mesma mensagem pode adquirir múltiplos significados de acordo com o contexto sócio-cultural do espectador (Martín-Barbero, 1995, 2003).

O movimento em direção aos contextos de recepção, que ocorreu principalmente a partir da década de 80, representou uma mudança teórica positiva que deu mais qualidade e complexidade aos estudos (Hamburger, 2005). O deslocamento dos interesses do âmbito da produção para estudos de contextos de recepção confirma a possibilidade de interpretações diferentes para uma mesma mensagem. Algumas das primeiras etnografias de recepção foram inspiradas pela obra de Michel de Certeau, que enfatiza as possíveis estratégias de “resistência” no cotidiano. No Brasil, a maior parte dos estudos pesquisa a recepção dos dois principais produtos televisivos, segundo os índices de audiência e investimentos do mercado publicitário: a novela das oito e o Jornal Nacional.²²

Lila Abu-Lughod (2005) critica muitos dos estudos de recepção sobre programas televisivos por serem etnograficamente pobres, cobrindo apenas um sentido parcial da vida cotidiana, deixando de fora contextos sociais e as complexidades das pessoas consideradas. De acordo com a autora, é preciso que as etnografias sejam mais “densas”, contemplando as múltiplas fragmentações dos sujeitos, sua inserção em um universo mais amplo e incluindo análise textual. Shohat e Stam (1996) destacam o espectador como sujeito situado histórica e geograficamente, em sua situação econômica e de gênero, e em seu contexto de recepção.

²² É importante destacar os trabalhos pioneiros de Leal (1986) e Prado (1987), que realizaram etnografias de recepção da novela das oito, e Lins da Silva (1985), em estudo pioneiro do Jornal Nacional.

Metodologia: etnografia de recepção

Considerando o processo de recepção como uma relação dialógica – e não linear – entre o emissor e o receptor da mensagem, realizei uma *etnografia*²³ de recepção dos programas de culinária. Assisti aos programas junto com as mulheres, em suas casas, no momento da recepção. Desta forma, considerei a televisão como um objeto doméstico (Morley, 1999), e busquei preservar os vínculos entre o receptor e seu espaço social de recepção (Martín-Barbero, 2003). Outro recurso metodológico empregado foi o de pedir às minhas informantes que me contassem o que tinham assistido nos programas de culinária.²⁴ Este recurso mostrou-se bastante eficiente para apontar os elementos mais significativos para as telespectoras nos programas e seu grau de atenção e retenção da mensagem televisiva. Além disso, possibilitou-me realizar comparações entre as telespectadoras, e ampliar meu número de dados.

Concentrei minha pesquisa em duas ruas do Morro da Caixa, e em alguns becos dessas ruas. Durante três meses (no período de fevereiro a abril de 2006), assisti aos programas de culinária com 14 mulheres – de camadas médias e populares – que afirmavam ter o hábito de assisti-los, realizei entrevistas e visitas constantes a elas e a outros moradores. A pesquisa final conta com comentários, opiniões e observações de cerca de 30 mulheres. Considerei o não assistir também como dado de pesquisa, tanto para revelar o sentido dado aos programas de culinária como também para identificar as rotinas

²³ Considero a definição de etnografia de Geertz como “descrição densa”, cuja prática é “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário e assim por diante” (1978: 15).

²⁴ Este mesmo recurso metodológico foi utilizado por Leal (1995) em sua etnografia de recepção de telenovelas. Segundo a autora, este método foi recebido o nome em inglês de *retelling*. Compartilho com a autora suas preocupações ao utilizá-lo: “Minha proposta é que este procedimento é diferente de técnicas de estudos de comunicação consagradas como o *recall*. Primeiro, porque pressupõe a autonomia do discurso narrativo, de recontar um determinado trecho, um capítulo. a questão não é a memória, como no *recall*, mas o discurso que se organiza a partir do texto televisivo, uma narrativa a respeito de outra narrativa, que como tal tem autonomia. Não é uma questão de “certo” ou “errado”, tendo como referência uma reprodução textual, mas à medida que aquela narrativa vai sendo estruturada a questão passa a ser: quais são os elementos mais significativos? Por que esta narrativa se organiza em cima de tais e tais eixos temáticos e a outra com outros elementos?” (Leal, 1995: 121)

dos moradores do bairro. Os cadernos de receitas das mulheres pesquisadas demonstraram-se importantes elementos durante as conversas e entrevistas. Por serem materiais bastante socializados – eram comumente emprestados por suas donas a vizinhas, amigas e parentes – facilitaram as entrevistas e meu acesso a muitas informações.

A etnografia de recepção foi realizada apenas com mulheres. Minhas observações mostraram que os programas de culinária fazem parte do cotidiano de mulheres, e não de homens, no bairro. As telespectadoras – a maioria donas-de-casa – assistem a estes programas nos intervalos de suas atividades domésticas. Embora alguns homens também cozinhem, são elas as principais responsáveis pelo preparo da comida e pela decisão daquilo que será consumido²⁵.

Programas “femininos”

Cada programa televisivo tem seu público-alvo. Ainda que atinja uma audiência mais ampla e diversificada que o pretendido, eles são pensados e produzidos para atingir uma audiência determinada. Segundo Mira (2003), as primeiras formas de segmentação no mercado cultural de massa são os produtos voltados especificamente para as mulheres. A autora explica que essa segmentação se deve principalmente a dois fatores. Primeiro, pelo fato da mulher ter se tornado um importante sujeito consumidor na sociedade moderna. As mulheres da burguesia, no início do século XIX, e, em seguida, as de camadas médias, passaram a ser os alvos preferenciais do mercado da moda, de produtos relacionados ao lar e de consumo do marido e dos filhos. O segundo fator seria o fato das mulheres começarem a serem consideradas sujeitos de sua história.

²⁵ Em minha etnografia, ouvi de uma de minhas interlocutoras que seu irmão mais velho assistia regularmente ao programa de Ana Maria Braga. O irmão de Márcia é cozinheiro aposentado do Exército, e mora em um município vizinho. Foi o único caso que ouvi no bairro de homem que assiste a programas de culinária.

Deste modo, pode-se pensar uma associação entre gêneros narrativos e construções de gênero²⁶, no sentido de categorização das esferas masculinas e femininas. De Lauretis (1987) sugere que se estude o cinema – o que pode ser estendido aos outros meios de comunicação – como uma “tecnologia de gênero”. Isso significa pensar a mídia como um dos aparatos atuantes na construção de representações hegemônicas de gênero na sociedade contemporânea. Fiske (1987), por exemplo, propõe analisar as *soap operas* como narrativas femininas e séries de ação como narrativas masculinas, mostrando estratégias de generificação da audiência, que podem ser encontradas em outros produtos televisivos.²⁷

Segundo Martín-Barbero, os gêneros narrativos são “estratégias de comunicabilidade” ou “estratégias de interação”, através dos quais os produtores estabelecem cumplicidade com o público. Neste sentido, “seu funcionamento nos coloca diante do fato de que *a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção*”. (Martín-Barbero, 2003: 314, *grifos do autor*).

Qualquer telespectador *sabe* quando um texto/retrato foi interrompido, conhece as formas possíveis de interpretá-lo, é capaz de resumi-lo, dar-lhe um título, comparar e classificar narrativas. Falantes do “idioma” dos gêneros, os telespectadores, como nativos de uma cultura textualizada, “desconhecem” sua gramática, mas são capazes de falá-lo. (Martín-Barbero, 2003: 314, *grifos do autor*).

É nesta direção que Mira aponta que os gêneros narrativos não são impostos pela mídia, mas “fazem parte da construção social das diferenças entre homens e mulheres na modernidade” (2003: 27).

Ainda que atinja também a audiência de homens, alguns produtos televisivos são considerados, tanto por produtores como pelo público, como “programas de mulher”. É o caso de telenovelas que, embora tenha grande número de telespectadores homens, é sempre associada ao universo das mulheres (Hamburger, 2005). Da mesma forma, um grande

²⁶ Aqui gênero refere-se à construção social do sexo, termo que distingue a dimensão biológica da dimensão sócio-cultural dos indivíduos (Heilborn, 1991; Scott, 1990).

²⁷ Esta divisão do autor pode remeter a uma visão essencializada do público masculino e feminino. No Brasil, as telenovelas, que durante muitos anos foram consideradas “programas femininos”, tem hoje público reconhecidamente bastante diversificado, e são classificadas como “programas de família”. A diversidade de tramas e de personagens em uma mesma novela parece querer atrair público mais heterogêneo (gênero, camada social, faixa etária, etc diferentes).

número de programas diários recebe a categorização de programas “femininos”. *Mais Você* (Rede Globo), *Bem Família* (Band), *Pra Valer* (Band), *Hoje em Dia* (Rede Record) podem ser citados como alguns destes programas exibidos em rede nacional. Em geral, apresentam grande diversidade de temas, como moda, artesanato, saúde, cuidado com a casa, o marido e os filhos, além de outras atrações, como a apresentação de cantores ou entrevista com artistas. São estes programas que apresentam os quadros de culinária cuja recepção estudei.

A culinária na TV: *Mais Você* e *Bem Família*

A culinária está presente na programação da televisão brasileira desde a primeira década de sua história. A culinária Ofélia Ramos Anunciato é apontada como a pioneira dos programas de culinária. Estreou em 1958 na *TV Santos* e, meses depois, foi para a TV Tupi de São Paulo. Lá, tornou-se culinária do “*Revista Feminina*”, apresentado por Maria Tereza Gregori, considerado um dos primeiros programas “femininos” da televisão brasileira. Em 1968, transferiu-se para a Rede Bandeirantes, onde apresentou a “*Cozinha Maravilhosa de Ofélia*” até sua morte, em 1998.

Hoje em dia, a culinária está presente não apenas nos programas “femininos”. Frequentemente, os telespectadores podem aprender receitas assistindo a telejornais nacionais, como o *Jornal Hoje*, da Rede Globo, ou locais, como o *Jornal do Almoço* e o *Campo e Lavoura*, da RBS TV. Estes e programas de outros formatos, como o *Fantástico* e o *Globo Repórter*, ambos da Rede Globo, costumam abordar a alimentação, suas relações com a saúde, e dar dicas de nutrição. No entanto, ainda são nos programas “femininos” que a culinária aparece em quadros fixos, e onde consolidou sua audiência.

O sucesso da apresentadora Ana Maria Braga à frente do programa *Note e Anote*, na TV Record, nos anos 90, pode ser apontado como um marco nos programas “femininos”. O programa trazia dicas de culinária e artesanato, além da presença de cantores e artistas. A apresentadora era sempre acompanhada por um fantoche, o papagaio Louro José. Com o

aumento de 60% da audiência – de 5 pontos em 1996 para 8 pontos em 1997 – o programa ganhou novas inserções de *merchandising*, e teve sua duração dobrada de duas horas e meia para cinco horas. “Ana Maria Braga tornou-se a *rainha das tardes* das donas de casa, sua amiga, sua companheira, num momento em que as tarefas domésticas já foram feitas e o marido e os filhos não lhe pedem mais atenção.” (Borelli, Priolli, 2000: 111)

Em setembro de 1999, Ana Maria Braga transferiu-se para a Rede Globo com um contrato milionário, onde passou a apresentar o *Mais Você*. Primeiramente, o programa foi exibido no início das tardes, após o *Jornal Hoje* e o programa *Vídeo Show*. Em agosto de 2000, com várias reformulações na grade da emissora, o programa passou para o período da manhã, das 10h45min às 12h. Segundo a imprensa, neste período, o programa passou a enfatizar a participação do papagaio Louro José em sua abertura, para atrair a atenção das crianças após o término da programação infantil. Em março de 2001, o *Mais Você* passou a ser exibido mais cedo, às 8h, depois do telejornal *Bom Dia Brasil*. Observa-se que o papagaio Louro continua a ser relacionado às crianças, já que é valorizada sua participação no fim do programa, que precede a programação infantil da emissora.

Do *Note e Anote* para o *Mais Você*, alguns gestos da apresentadora, que se fixaram como sua marca, foram mantidos. O mais famoso é o de passar por debaixo da mesa como sinal de aprovação de uma comida ensinada pelo programa – atitude sempre seguida pela exclamação “Hummm”. No entanto, Ana Maria foi acusada por alguns críticos de ter se “elitizado” com a mudança de emissora. Algumas de minhas informantes acompanharam essa transição, e me disseram que a apresentadora quando trabalhava na Rede Record era “*mais simples*”.

“*Ela mudou. Mudou o estilo. Antes era mais simples. Talvez seja exigência... padrão da Globo*”. (Marisa)

“*Agora ela quase não passa debaixo da mesa.*” (Antônia)

Ainda assim, Ana Maria Braga é elogiada por seu carisma. As mulheres que entrevistei no Morro da Caixa ressaltavam principalmente duas de suas qualidades: a simplicidade e a alegria.

“Ela é simples. Tá sempre rindo...” (Antônia)

“Ela é simples, sem frescura, sempre alegre.” (Luzinete)

“Eu adoro a Ana Maria. Ela é muito astral, ensina as receitas que ajudam as pessoas.” (Cinara)

“Eu queria ser a Ana.” (Sônia)

Minhas informantes acompanhavam detalhes da vida pessoal de Ana Maria Braga pela imprensa e através do próprio programa, já que a apresentadora costuma dar alguns esclarecimentos no programa sobre acontecimentos de sua vida que se tornara notícia na imprensa, em um tom de bastante intimidade com seu público. Ana Maria contou a seus telespectadores que estava com câncer e que passaria por um tratamento de saúde. Informou também sobre sua separação de Carlos Madruga. Minhas informantes tinham acesso também aos boatos que saíam na imprensa. Comentavam, por exemplo, sobre especulações de que a apresentadora estaria namorando um homem mais novo que ela. O fato de Ana Maria ter tido câncer foi bastante destacado por minhas informantes.

“Ela teve câncer de mama. Parece que ficou mais bonita depois do câncer.”
(Madalena)

“A Ana Maria teve hemorróidas, ela come muita pimenta... e o médico disse que era câncer.” (Sônia)

A apresentadora Ana Maria Braga pode ser comparada às estrelas do cinema hollywoodiano estudadas por Morin. Para ele (1975), os meios de comunicação criam e atualizam mitos. As estrelas de cinema, segundo o autor, são produtos de um sistema – o *star system* – e fazem parte de um fenômeno, ao mesmo tempo, estético, mágico e religioso. O culto às estrelas é alimentado pela indústria que as cria. O espectador “quer possuir, dominar, digerir mentalmente a imagem integral do ídolo. O conhecimento sobre ele se torna assim um meio de apropriação mágico. Não chega a constituir um meio de saber analítico ou sintético da estrela, mas a incorporar mexericos, rumores e indiscrições numa saborosa deglutição” (1989: 60). Desta forma, as informações sobre as “estrelas” ultrapassam o domínio do público e recaem sobre o privado. As fofocas, afirma Morin,

alimentam diretamente o *star system*, pois sua função não é “apenas transformar a vida real em mito e o mito em realidade, mas desvendar rigorosamente tudo, e tudo oferecer a uma curiosidade insaciável” (1989: 60). O leitor apropria-se da intimidade de seu ídolo através destas informações.

As informações da vida íntima da apresentadora e a “*mensagem*”,²⁸ como minhas interlocutoras (e o *site* do programa) denominam o quadro inicial do programa, leva-nos também a pensar na reflexividade que marca as sociedades da alta modernidade, como aponta Giddens (1993). Segundo este autor, a auto-identidade tem um “caráter ‘aberto’”, e o eu é “para todos um projeto reflexivo – uma interrogação mais ou menos contínua do passado, do presente e do futuro” (Giddens, 1993: 41). Este projeto é conduzido por vários recursos, entre eles, programas de televisão e manuais de auto-ajuda.²⁹

Ao contrário de Ana Maria Braga, o apresentador do *Bem Família*, Daniel Bork, não é tão conhecido dos telespectadores. Algumas de minhas informantes não sabiam dizer seu nome, referindo-se a ele como “*aquele apresentador da Band*”. A maioria delas o chama apenas de Daniel. Entre as informantes que o assistem com regularidade, há o consenso de que as receitas que ensina são “*mais simples*” que as do programa de Ana Maria Braga.

O *Bem Família* está no ar desde março de 2005. Antes de apresentar este programa, Daniel Bork era apresentador do *Receita Minuto*, programa de culinária de dez minutos de duração, que, com a criação do *Bem Família* passou a fazer parte deste. Na estréia do programa, Daniel apresentou-se como um “pai de família”. Segundo o *site* do programa, há nove anos o apresentador assumiu as atividades domésticas e o cuidado dos filhos para que a mulher, executiva, com salário mais remunerado, pudesse trabalhar fora. “Na época ela ganhava mais do que eu. Decidimos então abrir mão das convenções e trocar os papéis. Nunca tinha pensado nisso antes, mas resolvi abrir mão sem preconceito porque seria melhor para a minha filha”. Segundo o apresentador, ele conhece as necessidades das donas

²⁸ Há exemplos destas “*mensagens*” no anexo (páginas 124 e 125).

²⁹ Almeida (2003), em etnografia de recepção de telenovelas, sugere que as telenovelas promovem uma educação sentimental através de um processo reflexivo que ocorre com o convívio constante dos espectadores com as narrativas: “(...) os espectadores tanto entram em contato com certas situações e discutem sobre suas vidas privadas, sobre certas concepções sociais que são veiculadas pelas novelas e que permitem a revisão de suas próprias concepções” (2003: 206). Segundo a autora, a reflexividade se dá através dos sentimentos, pois os espectadores refletem sobre relacionamentos íntimos e familiares ao assistirem às relações afetivas trazidas pelas tramas das telenovelas.

de casa. “Eu sei exatamente quais são os problemas e preocupações da mulher que cuida de sua família porque vivencio cada um deles. Quero ser um amigo no vídeo”.

Daniel Bork costuma repetir a frase “Meu trabalho é não te dar trabalho”. De acordo com o apresentador, as receitas ensinadas em seu programa são práticas, rápidas e econômicas, qualidades que vão ao encontro dos anseios das donas-de-casa. Assim como Ana Maria Braga, Daniel costuma preparar as receitas no *Receita Minuto*. Da mesma forma que no *Mais Você*, há eventualmente a presença de culinharistas. Mas é interessante observar que, ao contrário da apresentadora da Rede Globo, Daniel não costuma experimentar a comida preparada em seu programa com tanta frequência. Entre minhas informantes, observei que o fato da apresentadora comer a comida era a garantia de que se tratava de uma receita saborosa. Mesmo quando as informantes não demonstravam interesse em preparar a receita, manifestavam o desejo de comer a comida no momento em que Ana Maria Braga a experimentava. O desejo também é estimulado pelos enquadramentos que mostram em detalhe a comida e a apresentadora a degustando.

“*Que vontade de comer, né?*” (Antônia)

“*Deve ficar bom, porque ela prova depois*”. (Caroline)

“*Que exibida! Se eu estivesse com fome, já estaria passando mal*”. (Sônia)

Os programas *Bem Família* e *Mais Você*, assim como outros da televisão brasileira, apresentam *merchandisings* de diversos produtos, como os de beleza, de higiene, de limpeza, equipamentos de informática, além de serviços, como planos de saúde, e produtos alimentícios. É interessante perceber que os apresentadores referem-se a estes *merchandisings* como “dicas” para os telespectadores, e mantêm-se sempre próximos aos produtos, reforçando a qualidade e utilidade destes. Quando se trata de alimentícios, os apresentadores freqüentemente experimentam o produto.

Os apresentadores destes programas, por sua estreita relação com o público, tornam-se também marcas de outros produtos. Ofélia, pioneira da culinária na televisão, teve parte de suas receitas publicadas em 18 livros, sendo o último deles publicado sete anos após sua morte, quando a apresentadora completaria 80 anos. As edições repetem o nome do programa de tv: *A Maravilhosa Cozinha de Ofélia*. Do mesmo modo, revistas com receitas

creditadas a Ana Maria Braga e Daniel Bork são vendidas nas bancas, mas a preços mais populares. O “Receita Minuto” é título de uma revista semanal, que traz receitas e dicas de cozinha. Já o nome de Ana Maria Braga aparece relacionado a uma lista extensa de publicações. Apenas na Editora Nova Cultural, há 54 publicações com seu nome, entre elas: *Dicas de Feng Shui - Ana Maria Braga*, *Viver Melhor com Ana Maria Braga*, *Dicas de Aromaterapia de Ana Maria Braga*, *Receitas Típicas Brasileiras com Ana Maria Braga*, *Emagreça Comendo com Ana Maria Braga*, *Receitas de R\$ 1,00 para Dois – Ana Maria Braga*, *Receitas Práticas de Ana Maria Braga*, *Cozinha Internacional de Ana Maria Braga*. Percebe-se que a apresentadora está associada a uma série de publicações que visam atingir a um público bem mais diversificado que o de Daniel Bork.

Os programas “*Mais Você*” e “*Bem Família*” contam com *sites* na Internet, que, entre outras informações do programa, disponibilizam as receitas ensinadas diariamente. No Morro da Caixa, poucas famílias têm computadores em casa, e sua aquisição era bastante recente no momento em que realizei a etnografia. Entre minhas informantes, apenas quatro – Luzinete, Marisa, Janete e Ivete – têm computadores. No entanto, estes equipamentos eram propriedades ou para uso dos filhos. Foram os filhos homens de Luzinete e Janete que compraram o computador a prestações em sua casa. Os pais não sabiam utilizá-lo. Apenas Ivete, que voltara a estudar, estava aprendendo a utilizar a Internet. As outras mães, que se mostravam bastante animadas com a possibilidade de ter receitas dos programas que não puderam anotar no momento de sua exibição, pediam aos filhos que a copiassem dos *sites* da Internet. Outras informantes, como Sônia e Eliana, tinham acesso às receitas através de amigas que usavam computadores em seu local de trabalho.

As “duas partes” do programa

Estes programas, assim como outros produtos televisivos, obedecem a um esquema fixo, que é reconhecido por quem os assistem com certa frequência. Zilá, uma de minhas informantes, disse-me que gosta do “programa da Ana Maria”, “*mas só da primeira parte*”: “*Não gosto da parte da comida*”. Da mesma forma, Sônia reconhece o programa como composto de duas partes: “*Quando chega a hora da comida, é porque já está terminando [o programa]*”.

O *Mais Você* começa com um quadro que minhas interlocutoras chamam de “*mensagem*”, lida pela apresentadora Ana Maria Braga, que era bastante apreciada e comentada: “*É bom para começar bem o dia*”, afirmou-me Dalila. Em seguida, o programa apresenta certas variações, como entrevista com convidados, como atores e cantores, dicas de beleza e saúde, reportagens sobre lugares e cidades. Durante todo o programa, a apresentadora mostra aos telespectadores qual receita será ensinada naquele dia. Algumas vezes, após a culinária, o programa continua, apresentando algum convidado especial, principalmente artistas, ou outra reportagem.

Percebe-se, portanto, que o *Mais Você* tem na “*mensagem*” inicial e na culinária uma estrutura fixa. Na perspectiva frankfurtiana, a repetição nos produtos da indústria cultural é visto de modo bastante negativo. Segundo Adorno (1973) e Horkheimer (2002), a estrutura repetitiva intensificaria a massificação dos consumidores. A repetição seria responsável pela passividade do espectador:

O pretense conteúdo é só uma pálida fachada; aquilo que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas. (...) O espectador não deve trabalhar com a própria cabeça; o produto prescreve qualquer reação: não pelo seu conteúdo objetivo – que desaparece tão logo se dirige à faculdade pensante – mas por meio de sinais. Toda conexão lógica que exija alento intelectual é escrupulosamente evitada. (Horkheimer, Adorno, 2002: 185)³⁰

³⁰ Os efeitos da indústria cultural sobre a música, de acordo com Adorno, seriam bastante danosos. A repetição constante de algumas músicas selecionadas (ou de alguns trechos, como os clássicos de Beethoven) causaria o “fetichismo”, que reduziria o número de músicas escutadas. Outro fenômeno negativo seria a

Já Umberto Eco classifica, de modo menos negativo, a repetição das estruturas fixas de um programa de “esquema iterativo”, que tem como objetivo criar familiaridade do telespectador com o programa. Cada início de um novo programa ignora o final do programa precedente, não havendo uma continuidade entre ambos. Segundo o autor, este esquema iterativo é recorrente na narrativa popular.

O gosto pelo esquema iterativo apresenta-se, portanto, como um gosto pela redundância. A fome de narrativa de entretenimento baseada nesses mecanismos é uma fome de redundância. Sob esse aspecto, a maior parte da narrativa de massa é uma narrativa marcada pela redundância. (Eco, 1976: 269)

Os programas *Bem Família*, *Mais Você*, *Hoje em Dia* e *TV Culinária* são exibidos de segunda a sexta-feira, sempre nos mesmos horários. A manutenção destes horários estabelece rotinas entre os telespectadores, que cria divisão do tempo. A seguir, detenho-me um pouco mais sobre as relações entre programas televisivos e a organização do tempo no cotidiano.

TV e a rotina doméstica

Assistir à televisão não é uma atividade de prestígio. Pesquisando a recepção da série americana *Dallas* na Holanda, Ang (1985) identificou o poder discursivo da ideologia da cultura de massa, que classifica os produtos da cultura de massa como ruins. Enquanto aqueles que afirmavam não gostar do seriado dispunham de argumentos pautados na racionalidade e intelectualmente legitimados, os apreciadores do programa apoiavam-se em idéias de senso comum, como “gosto não se discute”, para justificar sua preferência.

“regressão da escuta”: o ouvinte perderia a sensibilidade e o interesse em ouvir músicas novas. (Adorno, 1999)

Segundo a autora, o prazer é uma categoria irrelevante na teoria da cultura de massa, sempre associado à falta de distanciamento crítico e à passividade.

Em minha primeira conversa com Dona Antônia, de 57 anos, perguntei-lhe se assistia a programas de culinária. A senhora respondeu-me que não, e em seguida quis saber por que meu interesse por esses programas. Após me ouvir falar sobre a pesquisa, ela olhou para sua mãe, sentada na poltrona ao lado, e disse-lhe: “*Viu só? Se eu não assistisse, não poderia participar da pesquisa da universidade*”. Depois me contou que sua mãe a recriminava por ver tv. O interesse de uma pesquisadora universitária pelo programa dava-lhe permissão moral para ser telespectadora.

Por várias vezes, percebi que assistir à tv durante o dia estava associado negativamente à falta de ocupação. Algumas das telespectadoras mais assíduas que encontrei me disseram, num primeiro momento, não ter tempo de assistir aos programas de tv durante o dia. Aquelas que não viam o programa me indicavam possíveis telespectadoras explicando que estas assistem porque “*não fazem nada*”. Dona Dalila, aposentada, afirmou que os programas de culinária são “*para quem tem empregada, e pode ficar sentada em frente à tv*”.

De fato, o dia é o período de trabalho para as donas de casa. Aquelas que assistem aos programas de culinária o fazem no intervalo das tarefas domésticas. Quando o que está passando nestes programas não é de seu interesse, geralmente voltam aos serviços da casa, como lavar roupa, cozinhar, ou sair para fazer compras no supermercado... Neste sentido, a audiência não é tão fiel nem atenta como a observada em públicos de telenovelas ou telejornais. Encontrei dificuldades em assistir a esses programas de forma sistemática com algumas de minhas informantes, devido a outras atividades delas que se tornaram prioritárias: Márcia precisou cuidar da sogra da irmã que estava doente (e faleceu durante minha estada em campo), Ivete teve que levar a mãe diariamente a sessões de fisioterapia, Janete passou a trabalhar na oficina do marido durante as manhãs...

Morley (1999) destaca o padrão que define as diferenças entre os modos de recepção de programas televisivos entre homens e mulheres. Para o autor, a audiência das mulheres se caracteriza por se dar enquanto realizam outros trabalhos, freqüentemente os domésticos, enquanto os homens costumam assistir à televisão de modo mais concentrado. Mas é importante atentar para o horário destes programas. Como nos lembra Martín-

Barbero, “cada gênero se define tanto por sua arquitetura interna quanto por seu lugar na programação: na grade de horários e na trama do palimpsesto” (2003: 315).

Fiske (1987), citando os trabalhos de Modeleski (1988) e Wiebel (1977), sugere que a constante repetição de temas no enredo das *soap operas* americanas e a inevitabilidade dos acontecimentos na trama podem ser analisados como compatíveis com a rotina doméstica imposta às donas-de-casa. Segundo o autor, as interrupções no texto televisivo, como intervalos comerciais ou mudanças de temas, e a falta de conclusão das narrativas também são equivalentes às atividades domésticas da mulher, que se repetem diariamente e são freqüentemente interrompidas por outras atividades.

As informantes de Hobson (1980), donas-de-casa norte-americanas, não mencionavam a televisão e o rádio como atividade de lazer ou do tempo livre, mas sempre integrados às atividades de seu dia-a-dia. Radway (1991), ao pesquisar a recepção de romances entre donas-de-casa norte-americanas, descobriu que o ato de leitura do romance era mais significativo para as leitoras que o conteúdo da trama. De acordo com a pesquisadora, parar para ler um livro significava parar por alguns instantes as atividades da rotina doméstica e dar atenção a seu próprio prazer.

Entre as que não assistiam aos programas de culinária, encontrei com bastante recorrência mulheres que realizavam todo o trabalho doméstico pela manhã para assistir à televisão, principalmente a telenovelas, a partir do período da tarde. Levantavam-se cedo pela manhã, limpavam a casa, lavavam roupas e, após o almoço, ligavam a tv. Com exceção dos dias em que iam ao centro da cidade à tarde, o próximo compromisso era fazer (ou esquentar) a janta à noite, quando o marido e os filhos chegavam em casa. Se as crianças estudam à tarde, pela manhã, “*a televisão é delas*”. Em geral, as mães gostam que seus filhos assistam a programas infantis, porque os distrai e os mantém em casa, a salvo dos perigos da rua.

Outros programas

- *Você tem que gostar da Globo... é de gente fina, que tem etiqueta...*

- *Eu não tenho etiqueta! Para que eu vou querer etiqueta?*

Acompanhei essa discussão entre duas irmãs: Zilá e Léia. Esta última disse-me que ela e a filha, de 29 anos, nunca assistiam à Rede Globo, e nenhuma das duas me revelaram os motivos – diziam-me apenas que era por não gostar. Essa opção chegava a gerar atrito quando Léia ia até a casa da irmã, e esta insistia em assistir a novelas globais. O desconforto de Léia chegava ao extremo de ir embora da casa da irmã. Na casa dela, a tv permanecia constantemente ligada principalmente no SBT e na Record. Além do *Programa do Ratinho*, as camadas populares assistem freqüentemente a outros programas do SBT, da Record e da Band, além dos da Rede Globo.

Um dos programas mais assistidos pelas mulheres do Morro da Caixa era a novela *Alma Gêmea*, da Rede Globo, transmitida às seis da tarde. Dona Antônia, 57 anos, gosta da novela porque “*mostra a realidade, as coisas como são*”. Ela afirma que não gosta da novela “*quando não é real*”. Dona Antônia, que é solteira, refere-se ao casamento por interesse e, enquanto fala da novela, compara o enredo dos protagonistas ao casamento das irmãs que não deram certo.

A verossimilhança também me foi apontada por outra moradora como um dos motivos pelos quais assistia a novelas. Zilá elogia *América*, que, segundo ela, “*mostrava as coisas como elas são: a fronteira dos Estados Unidos, as pessoas que morrem [tentando atravessar a fronteira]...*”³¹

³¹ Os produtores de telenovelas preocupam-se em se aproximar do “real”, como explicaram Ortiz, Borelli e Ramos (1988), ao mostrar a produção de telenovelas brasileira. Observação semelhante foi feita por Edgar Morin (1975) em seu estudo sobre a indústria cinematográfica de Hollywood na década de 30. A verossimilhança nas telenovelas também foi apontada por Esther Hamburger (2003) como uma tentativa de criar, através da apropriação de elementos da linguagem jornalística, um repertório compartilhado, e que se refere à nação.

Algumas moradoras criticavam as cenas de sexo que eram mostradas nas telenovelas.³² Dona Lurdes não assiste às novelas da Rede Globo, prefere as do SBT: “[a novela da Globo] *fica mostrando homem em cima de mulher... nas do SBT, só aparece a mulher grávida.*” Essa também era uma das razões pelas quais as telespectadoras apreciavam *Alma Gêmea*, já que não apareciam cenas de sexo na novela.

O final de *Alma Gêmea* foi-me antecipado por algumas moradoras dias antes da transmissão do último capítulo. Elas assistem com bastante frequência aos chamados “programas de fofocas”, que trazem informações da vida de celebridades e dos bastidores da televisão. Assim, ficam sabendo inclusive sobre os índices de audiência dos programas. Sabiam, por exemplo, que a novela global *Bang Bang*, que consideravam “*chata*”, tinha audiência muito baixa para o horário. No entanto, ignoravam como são feitas essas medições de audiência, que exclui grande parte da população.

A novela que sucedeu *Alma Gêmea* no horário das 18 horas, *Sinhá Moça*, não teve uma boa recepção por parte dos moradores que conheci. Arlete, que se considera “*morena*”, diz que ao ver cenas dos escravos negros sendo chicoteados no tronco por feitores, lembrava-se do pai, que é “*escurinho*”: “*parece que estão batendo nele*”. Glória, cabeleireira, conta que muitas clientes, ao entrarem em seu salão, no bairro Oficinas, não acreditam que ela é a dona, por ser negra. Ela também criticou a novela: “*ninguém quer mais ver os negros apanhando. A gente quer ver os negros em situação normal, trabalhando... essa história de racismo já cansou...*”

Os moradores me informaram que o *Programa do Ratinho* tinha mudado de horário por causa da audiência. Este programa era bastante assistido entre as pessoas de camadas populares, e criticado entre as camadas médias. Dona Eliana me disse não gostar do Ratinho e do Gugu por serem “*apelativos*”, por mostrar a “*pobreza pedindo ajuda*”, “*aquelas pessoas que vêm de longe, que deveriam se virar*”. Aos domingos, assim como outros moradores de camadas médias, ela prefere, ao invés de programas de tv, assistir a filmes que aluga em videolocadoras.

³² Etnografias de recepção trazem as críticas dos telespectadores em relação às cenas de sexo apresentadas em telenovelas. (Almeida, 2003; Leal, 1986; Prado, 1987).

Capítulo 3

A comida da mãe

Ao saberem que eu buscava informações sobre a alimentação das famílias do Morro da Caixa, minhas informantes ficavam surpresas. Queriam saber por que uma pesquisadora preocupava-se com algo tão corriqueiro quanto comer e cozinhar. Perguntavam se eu era estudante de Gastronomia ou Nutrição, e se avaliaria se estavam se alimentando adequadamente. Admiravam-se com o fato de eu me interessar pela “cozinha”, que acreditam ser, ainda que de domínio imprescindível para qualquer mulher (especialmente para uma dona-de-casa), um assunto absolutamente banal.

A aparente trivialidade do ato alimentar não é exclusividade do senso comum. Foi apontada por Poulain como uma das dificuldades de se legitimar a alimentação como objeto de pesquisa da Sociologia e da Antropologia ao longo da história destas disciplinas. Simmel (1910), por exemplo, ao tratar sobre a dimensão socializadora da alimentação, justifica-se por causa da “indiferença e banalidade do campo tratado nestas linhas”. A socialização é uma questão importante do ato alimentar, como mostra minha pesquisa etnográfica, mas sua relevância vai além. Segundo Poulain,

(...) o ato alimentar insere e mantém por suas repetições cotidianas o comedor num sistema de significados. É sobre as práticas alimentares, vitalmente essenciais e cotidianas, que se constrói o sentimento de inclusão ou de diferença social. É pela cozinha ou maneiras à mesa que se produzem as aprendizagens sociais mais fundamentais, e que uma sociedade transmite e permite a interiorização de seus valores. É pela alimentação que se tecem e se mantêm os vínculos sociais (Poulain, 2004: 198).

Lévi-Strauss (1965) define o homem como o animal que cozinha, e a cultura tem seu início a partir do uso do fogo para cozinhar (2004). Os alimentos que incorporamos nos incorporamos ao mundo, e nos situam no universo (Fischler, 1995: 375)

Dada a complexidade do ato alimentar, é necessário atentar para alguns aspectos que, relacionados, constituem as “cozinhas” ou “sistemas alimentares”. Estes, de acordo com Maciel, podem ser definidos como

práticas alimentares diversificadas que compreendem não apenas certos itens alimentares consumidos mais frequentemente, mas sim um conjunto de alimentos que relacionam-se às representações

coletivas, ao imaginário social, às crenças do grupo enfim, a suas práticas culturais (Maciel, 2001).

Os “sistemas culinários” dão sentido às práticas alimentares de determinados grupos humanos. A pesquisa destes sistemas requer que se responda a algumas perguntas: *o que, quando, como, onde e com quem se come*.

A primeira característica universal dos comensais humanos é a instalação de um sistema classificatório que define a ordem do comestível e do não-comestível. Este processo não pode ser reduzido a vantagens biológica, ecológica ou econômica (Sahlins, 2003). A necessidade de comer está inserida em um sistema de valores próprio de cada cultura. Neste sentido, além de se observar *o que* se come, é preciso atentar para o *como* se come. Lévi-Strauss faz uma analogia entre o sistema culinário à língua. Os vértices do “triângulo culinário” – o cru, o cozido e o apodrecido – são comparados aos fonemas *a, i, u* ou *k, p, t*, falados em todas as línguas, tomando, porém, diferentes formas em cada uma delas (Lévi-Strauss, 1965).

O que e *como* se come também variam em função do tempo e do espaço. Há comidas³³ apropriadas para determinadas horas do dia e para serem consumidas em certos lugares específicos. Além disso, é fundamental pensar *com quem* se come³⁴. Maciel destaca que:

O com quem envolve partilha, comensalidade, o que transforma o ato alimentar em um acontecimento social. A palavra companheiro

³³ É importante diferenciar “comida” e “alimento”, como explica DaMatta. “(...) nem tudo que é alimento é comida. Alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva; comida é tudo que se come com prazer, de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade. (...) O alimento é algo universal e geral. Algo que diz respeito a todos os seres humanos: amigos ou inimigos, gente de perto ou de longe, da rua ou da casa (...) Por outro lado, comida se refere a algo costumeiro e sadio, alguma coisa que ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa (...) Temos então o alimento e temos comida. Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se (...) A comida vale tanto para indicar uma operação universal – ato de alimentar-se – quanto para definir e marcar identidades pessoais e grupais, estilos regionais e nacionais de ser, fazer, estar e viver” (DaMatta, 1998).

³⁴ Simmel (2004), ao revelar os valores da comensalidade em épocas medievais, aponta algumas de suas interdições como exemplos da relevância de se comer junto: “a Guilda de Cambridge impôs, no século XI, uma pesada pena para quem comesse ou bebesse com algum assassino de um irmão da Guilda; do mesmo modo, o Concílio de Viena de 1267, fortemente direcionado contra os judeus, determinou muito obsequiosamente que os cristãos não deveriam colocar-se à mesa com eles; assim também, na Índia, deixar-se contaminar por comer com alguém de casta inferior pode ter eventualmente conseqüências funestas. Frequentemente o hindu come sozinho para estar completamente seguro de que não compartilha a mesa com um companheiro proibido”.

(como no francês *compagnon* e no inglês *companion*) provém de *cum panem*, "os que compartilham o pão". Assim, a comensalidade, o "comer juntos", é o momento de reforçar a coesão do grupo pois ao partilhar a comida partilham sensações, tornando-se uma experiência sensorial compartilhada.

É na tentativa de responder a essas perguntas – *o que, quando, como, onde e com quem se come* – e a outras questões relevantes referentes à alimentação das famílias do Morro da Caixa que se seguem as próximas sessões deste capítulo. Início descrevendo as cozinhas, espaços que foram fundamentais em meu trabalho de campo.

Entrando pela cozinha

No Morro da Caixa, eu era recebida por minhas interlocutoras, na maioria das vezes, na cozinha da casa. Toda casa, mesmo as muito pequenas, tem uma cozinha. A casa de Caroline, por exemplo, construída nos fundos da casa da mãe e do padrasto, tem uma cozinha e um quarto. Ela, o marido e a filha pequena utilizam o banheiro da casa da mãe. A família nuclear constitui-se, portanto, em torno de um “fogo”, de uma cozinha separada (Woortmann, 1982; Rial, 1988).

A cozinha é, como mostra Rial (1988), o espaço da mulher e da sociabilidade entre as mulheres. É o lugar da intimidade (lá eu era recebida “*sem cerimônia*”) e onde é feita a maior parte das refeições da família. As casas – tanto das famílias de camadas médias quanto das populares – possuem uma porta na frente da casa, que geralmente dá acesso à sala, e uma porta na lateral, mais aos fundos da casa, por onde se entra pela cozinha. Em casas mais modestas das famílias de camadas populares, onde não há um cômodo exclusivo para a sala, a cozinha está localizada na parte da frente da casa. O chão destas cozinhas (assim como no restante das casas feitas de tijolos) é de concreto, sem a cobertura de pisos, nem azulejos nas paredes. Segundo os moradores, os azulejos e pisos fazem parte de um

projeto futuro – serão colocados quando a família tiver condições financeiras para este gasto.

A cozinha das casas de camadas médias e a das camadas populares do Morro possuem fogão, geladeira, pia, armários e uma mesa com cadeiras. Estes móveis e eletrodomésticos das cozinhas das camadas populares são geralmente mais antigos e muitos deles foram adquiridos através de doação.³⁵ O fogão à gás não é, com raras exceções, elétrico, como nas cozinhas das camadas médias. Nestas, além dos móveis e eletrodomésticos serem mais novos, há a presença de outros, que ressaltam as diferenças com as cozinhas das camadas populares: há forno microondas e freezer, além de batedeira, liquidificador, torradeira e outros eletrodomésticos que não são facilmente encontrados nas cozinhas mais modestas. Encontra-se também com recorrência um aparelho de televisão – geralmente menor do que o que se tem na sala – para que se assista a tv durante o preparo da comida ou enquanto a família faz a refeição.

Nas casas de pelo menos três interlocutoras – Luzinete, Márcia e Antônia – havia um fogão à lenha. No entanto, este não está na cozinha, mas em um cômodo separado, próximo à área de serviço, onde fica o tanque de lavar roupas e uma espécie de depósito de objetos velhos.³⁶ O fogão à lenha é pouco utilizado: Luzinete utiliza-o apenas para fazer comidas que precisam de muitas horas de cozimento, como o leite condensado caseiro, que raramente prepara; Márcia faz no fogão à lenha a comida para o cachorro. Antônia lembra a dificuldade de conseguir lenha, que, há trinta anos, quando se mudou com a família para o Morro, era abundante na região: *“Tinha até uns vendedores que passavam com uma carrocinha, vendendo lenha... A gente também ia pegar lenha mais no alto do Morro, que era só mato...”* O fogão à lenha, para as donas-de-casa com quem conversei, está associado

³⁵ Nos últimos anos, grandes redes de lojas têm vendido móveis e eletrodomésticos com prestações mensais menores e a longo prazo, o que têm facilitado o acesso das camadas mais populares a estes produtos.

³⁶ Rial (1988) compara o espaço doméstico de três gerações de famílias de camada popular do Canto da Lagoa, mostrando a transformação do modo de vida de seus moradores. O fogão à lenha aparece como um elemento importante na análise destas mudanças. Na casa da geração mais velha, entre 60 e 90 anos, a cozinha é um “puxadinho” da casa, com teto rebaixado, e tem um fogão à lenha. Na residência da geração intermediária, entre 35 e 60 anos, há duas cozinhas: uma separada da casa e outra em seu interior. É na cozinha separada, chamada de *rancho*, que fica o fogão à lenha, que os interlocutores acreditavam ser responsável pela “sujeira” do espaço. Já na geração mais nova, entre 20 e 35 anos, a cozinha volta a estar integrada à casa, e não há mais fogão à lenha. Esta mudança no espaço físico da casa reflete, segundo a autora, as transformações de um modo de vida camponês para um modo de vida urbano.

à lentidão e ao modo de preparo de comida dos tempos de infância na zona rural. Ele se opõe à rapidez e à praticidade requeridas na cozinha moderna, como discuto mais adiante.

Feijão e arroz: o prato de todos os dias

Os hábitos alimentares dos moradores do Morro da Caixa têm algumas semelhanças com os dados apresentados pela pesquisa sobre hábitos alimentares dos brasileiros feita pelo instituto Toledo & Associados em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Esta pesquisa, que ouviu 2,1 mil pessoas em dez capitais do país (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Fortaleza e Brasília), constatou que o prato mais comum na mesa dos brasileiros é a combinação de feijão³⁷, arroz, carne e salada, em todas as regiões e camadas sociais³⁸. A pesquisa mostra a predominância de três refeições³⁹ por dia: café da manhã, almoço e janta.

³⁷ Apesar do consumo de feijão ser apontado como recorrente nas diferentes regiões do Brasil, é importante atentar para a variedade de tipos que são consumidos. “No Brasil há grandes variedades de cores, tipos e tamanhos de feijão, como o preto, mulatinho, branco, feijão de corda, carioquinha, vermelho, roxinho, fradinho, manteiguinha e outros, colhidos em 3 safras anuais. De acordo com dados oficiais, em algumas cidades brasileiras está diminuindo o consumo como Goiânia, Porto Alegre, S. Paulo, Belém, e Recife, enquanto se come cada vez mais feijão em Brasília, Curitiba, Rio de Janeiro e Salvador. O brasileiro consome em média 16 quilos por ano. A questão do gosto diferenciado do brasileiro por tipo de feijão em algumas regiões pode estar ligado à própria história local ou regional (...)”. Publicado em: “Qual o feijão mais popular do Brasil”. Revista Superinteressante, ed. 204, setembro de 2004.

³⁸ A pesquisa aponta em percentagens a frequência destes alimentos na mesa dos brasileiros. No almoço, arroz (96%), feijão (94%), carne bovina (69%), frango (42%), salada (30%), macarrão (24%), legumes (18%), ovos (14%) e peixe (12%). No jantar: arroz (74%), feijão (68%), carne bovina (51%), frango (32%), salada (24%), macarrão (17%), sopa (15%), legumes (13%) e ovos (12%).

³⁹ Poulain diferencia o termo “refeição” de “tomadas alimentares”. Segundo o autor, as refeições “são fortemente instituídas, ou seja, sobre as quais pesam regras sociais bastante precisas tanto ao nível da estrutura quanto do horário, da localização, do contexto social e da ritualização. Entendemos por ‘tomada alimentar fora das refeições’ todas as ingestões menos fortemente instituídas de produtos sólidos ou líquidos que têm uma carga energética” (2004: 73). Rial (1996) critica esta definição ao discutir a dicotomia refeição e *snack* (tomada de alimento estruturada ou não). Segundo a autora, a mudança alimentar contemporânea não se caracteriza por uma ausência de estrutura, mas por novas estruturas. Rial cita a definição do historiador francês Flandrin, que propõe que “consideremos como refeição toda tomada alimentar tendo um nome, quer dizer, sendo vista como refeição pelo grupo social em questão” (1996:99).

Segundo as donas-de-casa do Morro da Caixa, o feijão é o prato que não pode faltar nos almoços durante a semana. “*Quando se tem feijão, já se tem o almoço*” (Ivete). Seu consumo é especialmente recomendado, de acordo com elas, para os homens da família, e para as crianças. Aos bebês costuma-se dar caldo de feijão. Acredita-se que o feijão é uma comida “*forte*”, e que, por isso, dá força a quem o ingere. O oposto da comida “*forte*” é a comida “*leve*”. Como indica Woortmann, o alimento “*forte*” é aquele que causa sensação de saciedade. O autor cita o trabalho de Brandão, para melhor definição desta categoria:

A comida forte é também a comida “*pesada*”... Porque ela “*pesa*” no estômago, “*tem volume*”... e mantém a pessoa alimentada durante muitas horas. As maiores qualidades da comida forte... são a atribuição da resistência para o trabalho e contra a fome... Homem forte é o homem sadio e resistente para o trabalho. A comida forte é a que “*tem sustança*” cujos efeitos são reconhecidos de dois modos: a) na sua capacidade de manter o trabalhador alimentado por mais tempo...; b) no seu poder de produzir e de conservar mais energia para a atividade braçal (Brandão, 1976: 82, 85, 87).

A comida “*forte*” é qualificada positivamente, mas, em alguns casos, sua ingestão pode fazer mal. Dona Rita disse-me que estava com dores no estômago, que atribuía ao fato de ter comido paçoca, que é “*muito forte*”. Em geral, um alimento “*forte*” pode fazer mal aos indivíduos considerados mais frágeis, como as mulheres, as crianças e os idosos. Aqueles que costumam ter uma alimentação mais “*leve*” também devem tomar cuidado com os alimentos “*fortes*” por não estarem “*acostumados*” a ingeri-los.

As donas-de-casa costumam cozinhar o feijão em panela de pressão, dividi-lo em potes menores para ser congelado. Algumas utilizam utensílios próprios para congelamento, mas entre as camadas mais populares é comum a utilização de embalagens plásticas de manteiga ou margarina para isto. As pequenas porções são descongeladas para cada almoço. Nas cozinhas das camadas médias, há um *freezer*. Nas camadas populares, a comida é em compartimentos próprios para congelar nos refrigeradores.

O arroz e o feijão constituem a base da refeição, mas a carne é percebida como um elemento central (Woortmann, 1986).⁴⁰ Há sempre um tipo de carne no almoço. Como

⁴⁰ Alguns estudos também apontam para a centralidade da carne nas refeições. Em marmitas de operários, feitas em casa e consumida no local de trabalho, a carne aparece “*por cima*”, evidenciando a situação financeira da família e, principalmente, do pai da família (Woortmann, 1986). Hoje deve-se considerar, como

veremos na sessão seguinte, para agradar o gosto individual de cada membro da família, algumas mães preparam diferentes tipos de carnes para o almoço. O arroz e o feijão são elementos praticamente neutros, consumidos por todos da família. A carne pode ser bovina ou de frango. Pode ser preparada frita ou ensopada. No domingo, as carnes geralmente são assadas.⁴¹ As camadas populares consomem carne bovina e de frango de menor preço.

Já as saladas são os acompanhamentos da refeição. As saladas mais comuns são feitas de tomate e alface nas camadas populares. Há o consumo de verduras – como abóbora e chuchu – e legumes cozidos. A batata – frita ou cozida – é bastante apreciada. Nas camadas médias, a salada é mais variada, incluindo outros tipos de verduras. Em geral, os moradores acreditam que as saladas e verduras cozidas são alimentos “*bons para a saúde*”. Dona Alice gostaria de aprender a preparar berinjela para baixar as taxas de colesterol. Ela aprendeu a cozinhar carne moída com couve, que considera uma verdura “*cheia de vitamina*”. As mulheres mostram-se mais interessadas em comer saladas do que os homens. “*Meu filho fala para mim e para minha filha: parem de comer esse mato...*” (Madalena). Verduras e frutas são apontadas como necessárias na dieta alimentar para quem quer emagrecer.

Os temperos mais comuns utilizados pelas donas-de-casa são cebola, cebola de folha, salsinha, alho, cominho e pimenta. É comum encontrar cebola de folha e salsinha plantados nos quintais das casas. Nestes, também é possível encontrar plantas medicinais. Léia preparou uma garrafa de água com arnica para o irmão que tem dores no quadril. Ela substituiu a cachaça da receita original pela água porque o irmão não poderia receber o remédio com bebida alcoólica no hospital psiquiátrico em que está internado. Outro remédio caseiro para dores musculares é feito com catinga – erva que Eliana tem na pequena horta. Assim como a receita de Léia, a planta deve ficar em infusão com álcool.

Algumas ervas e condimentos utilizados na preparação de chás são categorizados por minhas informantes como “*quentes*”. Por serem “*quentes*” estes produtos são considerados eficientes para o tratamento de certos problemas de saúde. Como lembra

no contexto em que pesquisei, que a carne é consumida nos almoços com frequência, mesmo em famílias de baixa renda, que não se verificava nas décadas passadas.

⁴¹ Lévi-Strauss (1965) destaca as diferenças entre o alimento fervido e o alimento assado. O fervido representaria uma endo-cozinha, feito para um grupo pequeno e mais íntimo, enquanto o assado representaria uma exo-cozinha, que seria oferecida a convidados.

Woortmann (1986), esta definição não tem a ver com a temperatura das plantas, mas por uma “qualidade” que lhe é intrínseca. Minhas informantes não apontaram nenhum alimento por ser “frio”, mas usaram a categoria “quente” para qualificar a noz moscada, a canela, o alecrim e a erva-doce⁴².

A pimenta é um condimento utilizado moderadamente na preparação da comida. Duas informantes me disseram que o consumo excessivo de pimenta pode provocar doenças. Sônia, ao me falar sobre Ana Maria Braga, como mencionei no capítulo anterior, disse que apresentadora teve um problema de saúde “*por comer muita pimenta*”. Já Antônia falou dos malefícios do condimento enquanto contava sobre o pai, que morrera há 30 anos de câncer no esôfago: “*Ele bebia cachaça, fumava, comia pimenta...*” Segundo ela, apenas a pimenta verde não faz mal à saúde.

Na janta, geralmente, são servidas as sobras de arroz, feijão e carne do almoço. À noite, o consumo de saladas é menor. Minhas observações comprovam a pesquisa citada anteriormente feita em capitais brasileiras de que os brasileiros cozinham apenas uma vez ao dia. A exceção são as noites em que são feitas sopas – prato feito também com “*sobras da geladeira*”. A janta é “*esquentada*” principalmente para o pai da família. Em algumas casas percebi que os filhos e a mãe não costumavam jantar, mas “*fazer um lanche*” semelhante ao café da manhã.

Nos “*cafés*” – da manhã e/ou à noite – come-se principalmente pão francês, que na cidade de Tubarão é chamado de “*pão d’água*”, e margarina, e bebe-se café puro ou com leite. Há também o consumo de queijo e presunto, mas, nas camadas populares, é mais restrito. Em algumas famílias, estes produtos são comprados somente quando são feitas as compras do mês ou para durar períodos mais longos – os chamados “*ranchos*”. Nos cafês, come-se também com pão, nas camadas populares, os doces industrializados – de banana, abóbora etc – e, nas camadas médias, as geléias de frutas. O café é feito em coadores de pano, nas camadas populares, e em coadores de pano ou de papel, nas camadas médias. Embora também seja servido café solúvel – principalmente nas camadas médias – seu sabor

⁴² Woortmann (1986) destaca a discriminação ampla das categorias “quente” e “frio”, utilizada no Brasil, em países do Mediterrâneo, da América Latina e em certas culturas africanas. O autor alerta que em uma região um alimento pode ser considerado “quente” e, em outra, o mesmo pode ser tido como “frio”. Essa categorização dos alimentos é sempre percebida em relação ao organismo humano, e podem ser consideradas categorias cosmológicas globais, que transcendem os domínios da comida. Deste modo, pessoas e ambientes podem ser considerados “quentes” ou “frios”, por exemplo.

não é tão admirado quanto o sabor do café coado⁴³. Dona Ana Redonda diz que café preparado com pó solúvel é “*café de dona-de-casa preguiçosa*”.

Os moradores do Morro da Caixa com quem conversei demonstraram ter bastante informação sobre “alimentação saudável”. É comum citarem a necessidade de se comer cálcio – presente em queijos e no leite – para evitar osteoporose, ingerir vitamina C por causa da gripe, ou evitar o consumo de gorduras por causa do colesterol. No entanto, este conhecimento não modifica necessariamente seus hábitos alimentares. Antônia disse-me que só poderia comer peixe, ovos e verduras. Mas observei que sua alimentação era composta de grande quantidade carne bovina. O consumo de produtos *diet* e *light* também é pequeno⁴⁴. Apenas duas informantes – Fátima e Eliana – consumiam estes produtos regularmente. No capítulo 4, retrato melhor a alimentação destas duas donas-de-casa.

Na maioria das casas, as refeições são feitas na cozinha, que é onde fica a mesa para as refeições da família. O almoço é servido para os moradores da casa – geralmente todos os membros da família almoçam em casa. A comida é feita pelas mulheres – principalmente pela mãe.

⁴³ A pesquisa feita pelo instituto Toledo & Associados em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing também mostra a predominância destes alimentos no café da manhã dos brasileiros que vivem nas capitais pesquisadas. Seguem as estatísticas da pesquisa: café (85%), pão francês (76%), leite (73%), manteiga (28%), margarina (22%), queijo (22%) bolacha salgada (15%), achocolatado (15%).

⁴⁴ Segundo a pesquisa nacional, apenas 14% da população nas dez capitais pesquisadas consomem produtos *diet*, sendo 30% da classe A e 22% da classe B. O consumo de produtos *light* é menor. Somente 12% dos brasileiros consomem estes produtos, dos quais 28% pertencem à classe A e 18% à classe B. A classificação em classes segue critérios econômicos.

A casa da mãe

Se aquilo que comemos “fala” sobre o que somos, “com quem” comemos expressa nosso pertencimento a um grupo. Como afirma Woortmann,

(...) a comida “fala” da família, de homens e de mulheres, tanto para o antropólogo que realiza uma leitura consciente dos hábitos de comer, como para os próprios membros do grupo familiar – e através deste, da sociedade – que realizam uma prática inconsciente de um *habitus* alimentar (Woortmann, 1986).

Segundo o mesmo autor, através da percepção da comida, o gênero é construído no plano das representações: “Quando se constrói a refeição se constrói o gênero” (Woortmann, 1986: 31). Zaluar (1982) destaca o papel da comida na definição dos papéis de gênero. A obrigação do homem é a de “colocar comida na mesa”, enquanto cabe à mulher economizar para que não falte comida. Essas relações entre alimentação, família e papéis de gênero apareceram com bastante relevância em minhas observações sobre os hábitos alimentares das famílias do Morro da Caixa.

Comer junto está profundamente associado aos laços afetivos entre os membros de uma família. Isso pode ser constatado nos discursos das donas-de-casa que passavam por desavenças no relacionamento com um dos familiares. Madalena, ao me contar sobre as brigas que tinha com o ex-marido, disse-me que ele não permitia que ela e os filhos almoçassem junto com ele, como demonstração de autoridade: “*Ele tinha que almoçar antes de todos. A gente só comia depois dele.*” Zilá também me relatou os problemas que tinha com o filho de 36 anos, que é usuário de drogas, e mora com ela e o marido. Enquanto estavam brigados, o filho recusava-se a partilhar a mesa com a mãe. “*Ele não senta na mesa comigo. Pega o prato de comida e vai comer em outro lugar.*”

A alimentação também aparece associada ao cuidado das mães com os filhos. Dona Guilhermina contou-me sobre o tempo em que “*deixava de comer para dar comida aos filhos.*” Já Antônia utilizou a alimentação como exemplo da falta de cuidados que sua irmã tem com o filho. “*A gente [ela e os irmãos] mamou até os dois anos. Comia feijão. Ela [a irmã] não dá comida direito e depois quer que o médico dê jeito.*”

Neste sentido, é interessante perceber as dificuldades dos pais e avós ao lidar com as interdições alimentares devido a problemas de saúde, principalmente das crianças. A filha de Caroline, Ana Paula, de dois anos e oito meses, não pode ingerir lactose. Durante minha estada em campo, a criança foi internada no hospital por ter tomado iogurte. A bebida tinha sido comprada pelo padraço, no “*rancho*” do mês. Ele comprou um pote para cada criança da casa, para que nenhuma delas tivesse tratamento diferenciado. Léia contou-me sobre uma criança que é ciliaca – não pode comer glúten. Costumava-se pedir à mãe da criança que não a levassem a festinhas de aniversário, porque tinham pena dela, que não podia comer as guloseimas servidas.

Além de alimentar bem os filhos, as mães também devem reconhecer o gosto individual de cada um deles. Dona Ana já chegou a fazer “*quatro tipos diferentes de carne seguindo o gosto de cada um*”. Tem dia que chega a cozinhar para até 13 pessoas, contando com os filhos e netos. Em sua casa, mora com a filha solteira. Aos fundos, vive o filho divorciado, e, na casa ao lado, mora a ex-nora (fora casada com um filho de Dona Ana que morreu em um acidente de carro) com o atual marido e filhos. Dona Ana prepara o almoço para todos eles, além de fazer bolos e outros doces. Geralmente, distribui a comida para que cada um coma em sua própria casa. A refeição é feita em conjunto aos domingos. A nora, os filhos ou um dos netos fazem as compras da casa, já que Dona Ana tem problemas de coração e não pode fazer esforço. Eles seguem as recomendações da lista de compras da senhora, comprando inclusive o produto da marca solicitada. A compra é paga por Dona Ana.

Fátima tem dois filhos e uma filha, todos casados. Dois deles moram em outros bairros de Tubarão, o outro em Capivari de Bairro, cidade vizinha. Fátima cuida do neto de nove anos desde que ele tinha três meses para que a filha possa trabalhar fora. A dona-de-casa conhece os horários de folga dos filhos. Por isso, tem sempre em casa a comida que é de preferência deles. A filha almoça diariamente na casa da mãe. Já os filhos homens a visitam com frequência. Prepara pão doce para o filho que prefere doce, e pão salgado com lingüiça para o outro. Um deles, que é policial rodoviário, nos dias de folga chega a visitá-la até três vezes no dia, sempre para “*tomar um café*”.

A dona-de-casa experimenta receitas com os ingredientes que possui em casa. Varia os recheios de tortas salgadas com frango, carne, sardinha... Se aprovado pelos filhos, o

novo prato é feito novamente. Fátima disse que não muda seu jeito de cozinhar porque “*todo mundo já está acostumado*”. Só prepara as receitas que aprende, inclusive as que assiste pela televisão, se são simples e feitas com o que possui em casa. Quando anota uma receita, “*é só para saber os ingredientes*”, pois faz “*tudo do seu jeito*”. Frequentemente, modifica as receitas, acrescentando ou modificando as quantidades de certos ingredientes. Aos domingos, costuma preparar o almoço para filhos, noras e netos em sua casa. O almoço de domingo é o momento em que costuma ensinar às noras como preparar a comida preferida dos filhos. Elas costumam telefonar para a sogra para perguntar determinadas receitas.

Os exemplos de Dona Ana e Fátima são bastante representativos da importância da casa da mãe e do caráter ritual do almoço de domingo. Woortmann (1986) cita o trabalho de Souto de Oliveira com operários do Rio de Janeiro, destacando essa refeição semanal. Segundo o autor, o almoço de domingo se distinguiria do almoço dos outros dias da semana por ser um momento em que o operário pode comer “mais” – por estar associado a um dia de lazer e descanso – e comer “melhor” – pela presença de uma carne “melhor”, como o churrasco, ou um assado ao invés de cozido. O almoço de domingo se caracterizaria principalmente pela presença do “pai de família” no almoço. Entre as famílias que pesquisei, o almoço de domingo se distinguiria das outras refeições da semana pelo tipo de comida que é preparada, assim como nas famílias de operários cariocas, e pela presença dos filhos na casa dos pais, especialmente na casa das mães. Nesse sentido, a mãe – e não o pai, como apontado no trabalho de Souto de Oliveira – é a figura ritualmente privilegiada.

As refeições – principalmente os almoços – são momentos de sociabilidade. Mas no “comer junto” também aparecem as individualidades, que são respeitadas pela mãe. Para Simmel, a relevância da alimentação como objeto sociológico está unicamente em seu caráter socializador. Para o autor, “o prato aparece como uma criação individualista face à gamela, da qual cada um podia se servir diretamente, em épocas primitivas”, e “indica que esta porção de comida é exclusivamente para esta única pessoa” (Simmel, 2004). A individualidade, segundo Simmel, não se dissolve na coletividade, mas permanece autônoma e livre (Waizbort, 2000). Simmel destaca que os pratos da mesa de jantar superam o “individualismo simbólico” na medida em que estabelecem um “compartilhamento formal” que não admitiria “nenhum tipo de individualidade” (Simmel,

2004). Diz o autor: “pratos e copos diferentes, destinados a diferentes pessoas, seria extremamente absurdo e muito feio”. No entanto, em minhas observações com famílias no Morro da Caixa, percebi que a individualidade na hora das refeições é valorizada. Esta não se expressa em diferentes pratos, copos ou talheres. É na comida, que a mãe prepara tentando respeitar o gosto de cada um dos filhos e do marido, que a individualidade se reflete.

Ivete relatou-me um momento de dificuldade em sua vida após a separação do marido que a traiu com outra mulher. A dona-de-casa passou por uma depressão. “*Antes [da depressão] eu não sabia nem quem eu era. Sabia que um filho não gostava de ervilha, que o outro não gostava de abóbora. Não sabia do que eu gostava*”. Ivete disse que “*antes vivia na cozinha*”, mas que hoje o preparo da comida tem que ser mais rápido e prático. Ela ensina as filhas a aprenderem “*o básico*” e a “*não se preocuparem com a cozinha*”. Segundo Ivete, a mulher hoje em dia é bem mais exigida que a do tempo de sua mãe. “*A gente tem que ser boa no trabalho, boa mãe, boa esposa...*”

É importante ressaltar o papel da mulher – especialmente o da mãe – na preparação da comida. É a mulher que decide os alimentos que serão consumidos, ainda que estes respeitem o gosto individual dos filhos e necessite da aprovação deles e do marido. Raramente uma mulher prepara uma comida apenas para consumo próprio. No momento das refeições, geralmente é a última a sentar-se à mesa. Muitas delas servem primeiramente os demais membros da família antes de se servirem.

Algumas mulheres afirmaram não gostar ou não saber cozinhar. Isso não significa que estas mulheres não cozinham, mas que cozinham apenas o que chamam de “*básico*”, que seria a preparação de comida para o almoço. Dona Simone diz não gostar “*de fogão*”. Segundo ela, só faz “*o básico*”: arroz, feijão, salada, uma carne e batata-frita. A filha, casada, que mora em um bairro vizinho, é quem prepara bolos quando vai à sua casa. Raquel também não gosta de cozinhar. Prepara apenas almoço. Quando os filhos querem comer um “*doce diferente*”, pede para a vizinha fazer. Quando tem alguma festa de aniversário na família, pede à sua cunhada, que trabalha em uma padaria, vir até sua casa e preparar a torta.

Poucos homens cozinham. No entanto sua participação na preparação da comida e em outras atividades domésticas, como limpar a casa, lavar louças e lavar roupas, é

pequena. Quando fazem algumas destas atividades, sua participação é considerada uma “ajuda” à mulher. Isso acontece, por exemplo, quando a mulher fica doente.

O marido de Márcia é uma exceção. Sabe cozinhar “o básico”, porque ela o ensinou para que pudesse ajudá-la no tempo em que trabalhava como recepcionista em um condomínio residencial. Quando o casal chegava do trabalho, dividiam as atividades domésticas. Essa atitude era repreendida pela família do marido. “*Os irmãos dele dizem que homem na cozinha é bicha. Um dia, a minha sogra me viu lavando a louça e ele secando. Me disse que homem não deveria fazer isso. Falei para ela: ‘nem parece que a senhora é mulher’.*”

Nem sempre a “ajuda” do homem na cozinha é bem-vinda pelas mulheres. Sueli trabalha todas as manhãs na oficina do marido. Faz a contabilidade e atende telefonemas. Durante à tarde, prepara sempre o almoço do dia seguinte, para que possa esquentar a comida quando chega com o marido do trabalho ao meio-dia. Eles almoçam junto com os dois filhos, um de 8 e outro de 18 anos. Contou-me que, um dia, ao preparar pão para o café, sentiu-se mal, e o marido resolveu ajudá-la. “*Fiquei tão nervosa que resolvi fazer eu mesma o pão. Ele não tem jeito pra cozinha*”.

Cozinhar, para as donas-de-casa pesquisadas, significa “cozinhar para” alguém. A cozinha é sempre citada como uma atividade feita para os outros membros da família. Janete gosta de cozinhar “quando há estímulo”. Este estímulo é o novo marido, com quem mora junto há pouco mais de um mês. Ela disse-me querer aprender a preparar massas e lasanhas, porque ele gosta. Em uma de minhas visitas, conversei com Janete enquanto ela preparava bolinhos de chuva para o marido que chegaria do trabalho.

Neste sentido, é importante observar as mulheres que dizem não se dedicar mais à cozinha. Luíza, divorciada, mãe de três filhos, todos casados, deu os três livros de receita que tinha às noras. Disse-me que não precisava mais dos livros porque agora “é sozinha”. Antônia, que mora com a mãe e o irmão, gosta de preparar pizzas, mas afirmou que não prepara mais porque os sobrinhos não moram mais perto. Ela não faz pão, porque “é caro, e eu não tenho filho mesmo”.

As tortas para datas comemorativas da família são geralmente feitas por mulheres da família. Eliana faz bolos de aniversário para a família e vizinhos. Ela tem fotos dos bolos que preparou, com decorações de personagens de história em quadrinhos e desenhos

animados: desenhos do Mickey, do Pato Donalds, do Homem Aranha... As tortas compradas prontas em padarias não são apreciadas. Fátima sempre faz tortas em datas comemorativas para a família. Só no final do ano passado comprou uma torta pronta na padaria, porque estava doente. Ninguém de sua família gostou. Madalena também não aprova o sabor das tortas de padaria, que considera “seca”. A torta da festa de aniversário da mãe de Antônia foi feita por ela e pela irmã. Antônia preparou o “Bolo de Baixa Caloria”, que ela tanto gosta por não ter manteiga nem margarina, que são gorduras. Já a irmã fez o recheio de pêssego e ameixa em calda.

A comida estabelece vínculos não apenas entre familiares, mas também entre vizinhos. Aparecida pediu conselhos à vizinha para alimentar a filha adotiva de sete meses, que não estava comendo há dois dias. A vizinha sugeriu que lhe desse sopa, iogurte... Quando Aparecida quer preparar “algo diferente”, também recorre à vizinha, que lhe empresta seu caderno de receitas. É nele que está anotada a receita de bolo de cenoura que ela tanto gosta. Kátia sempre pede o caderno de receitas da vizinha quando deseja preparar um bolo de chocolate. É interessante perceber que tanto Kátia quanto Aparecida não anotam as receitas, mas dispõem do caderno das vizinhas sempre que desejam preparar o bolo. Essas observações evidenciam que não apenas a partilha da comida apresenta seu caráter de sociabilidade, mas também seu preparo.

“Prático e rápido”

Aprender a cozinhar está relacionado à trajetória individual de cada uma de minhas interlocutoras. Apenas duas mulheres do Morro da Caixa afirmaram ter aprendido a cozinhar com suas mães. As diferenças entre a comida que preparam e a que suas mães preparavam são apontadas como maiores entre aquelas que viveram a infância na zona rural. Recorrentemente, associam a comida de suas mães como “mais simples”, “mais

pesada” e *“grosseira”*. A comida de hoje está relacionada à praticidade e à rapidez. Ivete, dona de casa, diz que *“hoje em dia não se pode mais perder tempo com a cozinha”*.

Algumas receitas são elogiadas por serem *“práticas”* e *“rápidas”*. Márcia gosta de preparar *“um prato só”* para o almoço. Segundo ela, o marido reclamava, mas acabou se acostumando. Outras informantes manifestaram o desejo de preparar refeições de *“um prato só”*. Antônia elogiou o *“Arroz de Braga”*, preparado no programa televisivo *Mais Você*, por ser o suficiente para um almoço em família. Ela gosta de preparar pizzas, que ela também classifica como *“um prato só”*. Estas pizzas são sempre recheadas *“com o que se tem na geladeira”*. Antônia, e outras donas-de-casa, fazem pizzas com carne moída, sardinha, frango desfiado, que sobraram do almoço ou da janta.

Estas comidas consideradas *“um prato só”* são valorizadas por sua praticidade e rapidez. A rapidez pode ser pensada como um valor da modernidade. Deste modo, ela não é própria apenas dos grandes meios urbanos e de grupos empresariais, preocupados com o aumento da produtividade. Como afirma Ortiz, a rapidez *“permeia a vida dos homens”*.

No mundo moderno o tempo é uma função da inter-relação de um conjunto de atividades, entre elas: morar, vestir, fazer compras, trabalhar, passear etc. adaptar-se ou não a seu ritmo passa a ser uma questão fundamental. *“Perder tempo”* significa estar em descompasso com a ordem das coisas. (Ortiz, 1994: 83)

Em certas ocasiões, a falta de variedade dos pratos servidos tem conotação negativa. Dona Madalena, cozinheira acostumada a preparar almoços e jantares para eventos políticos, recusa-se a fazer carreteiro ou risoto para estas ocasiões. *“Mesmo quando é bom, bem-feito, tem gente que sai falando.”* A cozinheira prefere preparar arroz, salada, maionese e carne assada – comida semelhante aos almoços de domingo. Para ela, *“um prato só”* nestas refeições é sinal de avareza do político.

Madalena também afirmou ter aprendido a cozinhar enquanto trabalhava em uma empresa que prepara marmitas para trabalhadores. O trabalho fora de casa aparece como um dos fatores de como algumas mulheres aprenderam a cozinhar. Dona Adelaide, aposentada, afirmou ter aprendido a cozinhar em seu trabalho em creches e escolas, preparando a merenda das crianças. No entanto, não basta aprender a cozinhar. A boa cozinheira deve possuir algumas qualidades. Para Madalena, não é necessário anotar

receitas, e nunca sai nada errado. “É intuição. Tem gente que anota receita e ainda sai errado.” Ela costuma inventar bolos e tortas.

Márcia diz ter “*mão pra cozinha*”, mas tem “*preguiça de cozinhar*”. Segundo ela, para fazer qualquer comida, é necessário “*estar a fim*”, pois o “*mau humor passa para a comida*”. Márcia conta que aprendeu a cozinhar sozinha, sem a ajuda da mãe. “*Foi fazendo, misturando tudo pra ver o que dá*”. Ela cita os fios de ovos salgado que inventou, para comer com queijo. Os pais eram da zona rural. A mãe costumava matar coelho e galinha. Disse-me que há pouco tempo chegou a comprar galinhas vivas que estavam sendo vendidas em um caminhão que passara em frente a sua casa. Chamou uma vizinha para ajudá-la a matar as galinhas e a limpá-las, e, em troca, deu-lhe algumas galinhas. Márcia disse que gosta de galinha caipira, mas não conseguira comê-las. Ela classifica a comida feita por sua mãe como “*mais simples*” e “*mais pesada*” do que a que ela prepara atualmente.

Luzinete, que também nasceu na zona rural, onde seus pais continuam morando, cria cinco galinhas no quintal de casa. Diz não criar mais porque os vizinhos reclamam por causa do cheiro. Luzinete não mata as galinhas para consumir a carne; seu interesse está apenas no consumo dos ovos. Ela diz não ter coragem de matá-las, ao contrário de sua mãe, que costuma abater as aves. A dona-de-casa – da mesma forma que Márcia – considera a comida preparada pela mãe como “*mais simples*” do que a sua, principalmente por ser menos temperada.

Márcia e Luzinete possuem fogão à lenha em casa, mas o utilizam pouco. Como dito anteriormente, Márcia prepara a comida do cachorro no fogão à lenha, e Luzinete diz usá-lo apenas comidas que necessitam horas para ficarem prontas. Marisa destaca a “*rapidez*” como principal diferença entre a comida feita por sua mãe quando era criança e a que prepara agora, e aponta o fogão à lenha como responsável pela “*lentidão*”. “*Era mais demorada... levava a manhã inteira...*”

Ortiz (1994) destaca de que forma valores modernos atingem sociedades tradicionais e reconfiguram sistemas hierárquicos. O autor cita Jack Goody, que mostra que em Gana a introdução da cozinha industrial surge como referência para os estilos de vida. Uma nova estratificação social surge a partir do consumo de novos alimentos, bebidas e de produtos para a preparação destes. É interessante destacar o uso do fogão à lenha, que seria

utilizado pelas camadas médias de Gana. As camadas inferiores utilizariamlareira de pedras para cozinhar alimentos, enquanto as camadas superiores teriam o fogão elétrico a disposição. Como conclui Ortiz, “a legitimidade dos objetos fundamenta uma maneira de viver, que algumas vezes temos tendência de considerar como ‘européia’, mas que no fundo traduz a abrangência e a autoridade de uma modernidade-mundo” (1994: 195).

Dona Ana Redonda afirmou que aprendeu a cozinhar “*por necessidade*” aos oito anos de idade. Ela morava na zona rural. Os pais criavam porcos e tinham engenho de farinha. Dona Ana chegava a cozinhar para oito “carneadores”. Sua mãe lhe ensinou a preparar polenta com galinha. Com o tempo, foi acrescentando outros ingredientes. Por causa da pouca altura, cozinhas em cima de um banquinho próximo ao fogão a lenha. Para virar a polenta na tábua, contava com a ajuda de um dos funcionários de seu pai. De vez em quando, fazia feijoada. “*Era comida grosseira... e só dois pratos...*” Aqui, a comida “*grosseira*” é aquela “*pesada*”, bastante calórica, ou “*forte*”.⁴⁵ É geralmente uma comida preparada com pouca variedade de temperos, que também caracterizam a comida “*simples*”, de que trato no próximo capítulo.

A cozinha é o território do segredo. A preparação da comida envolve a ocultação de alguns de seus procedimentos. Simmel propõe entender o segredo como uma forma sociológica “que se mantém neutra e acima do valor dos seus conteúdos” (2002: 13). O mistério em torno da informação, segundo o autor, ajuda a criar a “falácia de que tudo o que é secreto deva ser profundo e importante”. O segredo é uma forma de distribuição social do conhecimento que diferencia os indivíduos (entre aqueles que sabem e os que desconhecem) e cria uma relação social específica, uma relação de poder, regida por uma tensão que se dissolve na revelação. Deste modo, oscila-se constantemente entre níveis de revelação e de ocultação.

Do contraste entre estes dois interesses, o de esconder e o de descobrir, brotam o matiz e o destino das relações mútuas entre os homens. (...) se estas relações tiverem como característica a quantidade de segredo existente nelas ou em torno delas, o seu desenvolvimento dependerá da proporção em que se dêem as

⁴⁵ Bourdieu afirma que há um preconceito de classe imbutido nas idéias que associam as preferências alimentares populares ao “grosseiro”, “pesado” e “gordo”, e que as caracteriza como mais próximas da satisfação de necessidades (1979: 199). Mas o autor reconhece como próprio das camadas populares o “gosto de necessidade” (que seria gostar do que se pode ter acesso), oposto ao “gosto de luxo” de grupos de maior capital cultural e econômico. Trato do “gosto de necessidade” e do “gosto de luxo” no Capítulo 4.

energias que tendem a manter o segredo e as que induzem a revelá-lo. (Simmel, 2002: 14)

Simmel entende o segredo como uma “sociação” que preside a sociabilidade. No momento do preparo da comida, principalmente em almoços de domingo ou em comemorações festivas, as relações entre as mulheres na cozinha oscilam entre a revelação de alguns segredos e a manutenção de outros. As receitas são passadas em maior quantidade da mãe ou da sogra para as filhas ou noras, e em menor quantidade no sentido inverso. Este movimento de transmissão do saber culinário evidencia uma relação de poder, no sentido de que são as mães que detém o conhecimento sobre o melhor preparo da comida, e são elas que conhecem o gosto dos membros da família, principalmente dos homens.

Ao contrário de sua mãe, Dona Ana não ensinou nenhum de seus filhos a cozinhar. Disse que só passa os ingredientes, porque não dá certo seguir receita: “*cada um faz do seu jeito*”. Contou-me sobre a receita de bolo de milho que viu na tv, fez e o bolo “*batumou*”. Na segunda tentativa, resolveu fazer “*do seu jeito*”: acrescentou sobras de coco e nata que tinha na geladeira, e o bolo “*creceu muito*”. A aposentada disse que cozinha de um modo muito diferente do de sua mãe. “*Hoje é tudo mais prático*”, diz Dona Ana explicando que o tempo de preparo da comida é menor, e que há o auxílio de produtos que não havia antes, como o fogão à gás e a panela de pressão, que aceleram o cozimento.

A aposentada atribui ao acaso o aprendizado do modo de preparo de muitas receitas. Pingos de água que caíram no suspiro durante o preparo deixaram a receita mais saborosa: “*dentro ficou como um puxa-puxa*”. Doutra vez, deixou cair um pão salgado na bacia em que o peixe estava de molho para tirar o sal. “*O pão ‘puxou’ o sal*”.

Mesmo seguindo uma só receita, a comida preparada por pessoas diferentes terão sabor diferente. Segundo Madalena, “*comida feita por outra pessoa é mais gostosa*”. A cozinheira explica que isso se deve ao “*tempero diferente*”. Dona Juraci disse-me que gostaria de poder comer uma comida feita “*pelas mãos de uma mulher*”. Segundo a dona-de-casa, comida feita pelas mãos de um homem não seria saborosa. Ela não compra comida

pronta porque acredita que esta seria muito cara, apesar da vizinha Dona Ana Redonda ter-lhe dito que o preço é acessível.⁴⁶

A comida marca diferenças no tempo e no espaço, como apontam os discursos das mulheres sobre a comida de suas mães e a que elas próprias preparam. A comida também é tema recorrente na narrativa dos tempos difíceis de enchente. Dona Jura, que ficou isolada em um sítio que vivia com a família, disse-me que durante o período das cheias alimentou-se somente de batata e aipim. “*Hoje em dia, não posso nem mais ver aipim*”.

Dona Alice lembra da enchente como um período em que as camadas altas e médias abrigaram-se no Morro da Caixa, que era habitado majoritariamente por pobres. “*Misturou pobre com rico*”. Os alimentos marcam esta época atípica. Ela conta que a comida era levada ao Morro da Caixa pelos militares de barco. A aposentada lembra-se do período como sendo de sacrifícios e mudanças alimentares. Segundo ela, a alimentação era composta principalmente de carne de soja (“*quem não comia teve que comer*”); arroz “*preto como o de passarinho*”, açúcar “*mais escuro, da cor da areia*”, leite em pó, enlatados, e feijão branco (“*Queriam preto, mas não tinha*”), e a cevada, que substituiu o café.

Os moradores tiveram esta alimentação diferenciada apenas nos dias das cheias e nas semanas a sucederam, quando o município se recuperava da destruição. Com a reabertura e reabastecimento dos mercados, os moradores contam que voltaram a alimentação que tinham antes. Como mostram alguns autores, a alimentação – elemento que marca a identidade de indivíduos ou de um grupo – não é facilmente modificada (Fischler, 1992; Bourdieu, 1979).

⁴⁶ Nos últimos anos, têm surgido no município de Tubarão restaurantes que vendem comida a peso. Estes restaurantes concentram-se principalmente no centro da cidade. No entanto, no bairro pesquisado, os moradores não costumam comprar comida ou almoçar nestes restaurantes. Como informado anteriormente, a comida é feita em casa pela(s) mulher(es) da família.

Cadernos de Receita

Goody (1995) compara as sociedades euro-asiáticas e africanas e enumera um conjunto de características específicas que teriam possibilitado o surgimento de uma *haute cuisine* nas primeiras, e que estaria ausente nas segundas. Destaco aqui dois fatores: a existência de uma cultura escrita, que teria permitido a especialização da cozinha através da compilação e publicação de receitas, e a transferência das tarefas culinárias de maior *status* das mulheres para os homens.⁴⁷ Desta forma, estariam articulados, segundo o autor, a inexistência de uma cultura escrita e o trabalho das mulheres na preparação da comida. No entanto, entre algumas mulheres do Morro da Caixa, tanto as de camada média quanto as de camada popular, percebi que o registro das receitas, mesmo aquelas consideradas “*simples*”, era feito em cadernos, que são escritos e conservados ao longo de suas vidas.⁴⁸

Os cadernos de receitas das mulheres do Morro da Caixa são objetos bastante socializados. Por várias vezes, não pude ter acesso a eles por terem sido emprestados a amigas, vizinhas e parentes de minhas informantes.⁴⁹ Como descrito anteriormente, algumas mulheres pedem emprestado continuamente o caderno de suas vizinhas, sem se interessarem em anotar as receitas. Estes cadernos evidenciam redes de sociabilidade. Muitas mulheres começam a escrevê-los na adolescência e, ao longo dos anos, vão preenchendo os cadernos com receitas de pessoas conhecidas e de embalagens de produtos.

⁴⁷ Os outros fatores que teriam favorecido a existência de uma cozinha diferenciada em sociedades da Eurásia seriam o vínculo entre cozinha e classe, com grupos sociais caracterizados por diferentes estilos de vida; as contradições e conflitos associados a estas diferenciações (como a contradição entre ideologia igualitária e ideologia hierárquica); o desenvolvimento da agricultura e do comércio, que viabilizaram o acesso a uma maior variedade de alimentos e produtos (Goody, 1995).

⁴⁸ No entanto, é útil considerar a relação entre cultura escrita e cozinha. Em meu trabalho de campo, como descrevo no próximo capítulo, mulheres disseram-me não assistir aos programas de culinária por serem analfabetas. O analfabetismo dificultaria o registro das receitas, principalmente o das mais sofisticadas, e o acesso a alimentos e produtos que desconhecem.

⁴⁹ Agradeço às professoras Sonia Maluf e Aglair Bernardo por terem sugerido na banca de qualificação que ficasse atenta a esta forma de comunicação entre as mulheres pesquisadas.

A maior parte das receitas preparadas são as anotadas a mão e foram obtidas em momentos de comensalidade: as mulheres experimentam a comida e pedem sua receita.⁵⁰

As receitas têm autoria – são vistas como associadas a alguém. O autor pode não ter sido o inventor da receita, mas é reconhecido como detentor de um saber. O empréstimo temporário do caderno faz com que as receitas passem do domínio privado para o domínio público. Há o reconhecimento do saber do outro no pedido do empréstimo, que rende prestígio e autoridade ao dono do caderno. A troca de receitas mantém este prestígio, e ajuda a atualizar o saber culinário.

Márcia empresta o caderno de receita para a filha de 14 anos, recém-casada, que mora com o marido e a família dele em Orleans, cidade próxima a Tubarão. Márcia coleciona receitas de revistas e embalagens de produtos. Tem vários encartes de receitas do *gourmet* Olivier coladas nas páginas de uma antiga agenda, que ela transformou em caderno de receitas. A dona-de-casa escreveu uma carta para uma empresa de fermento, que a mandou receitas de pão. Quando se interessa por alguma receita que passa na televisão, não anota na hora. Geralmente, anota depois em um pedaço de papel qualquer que fica ao lado do sofá. Depois, passa a limpo em seu caderno de receitas.

No caderno de receitas de Eliana, estão anotadas receitas de tias, ex-colegas de trabalho, amigas... na maioria das vezes, anota apenas os ingredientes. Só anota o modo de preparo quando este é diferente da maneira que costuma cozinhar. Ela tem também receitas recortadas de embalagens de tempero e outros produtos.

O caderno de receitas de Sueli é constantemente emprestado às vizinhas. Nele estão anotadas receitas de parentes, como o “*Bolinho de chuva*”, de sua mãe, “*Nega Maluca*” e “*Coxinha*”, da irmã, a “*Broa*”, da cunhada, o “*Chup-chup*”, da tia do marido. Há também receitas de amigas e vizinhas, como a “*cobertura de bolo*”, de Ana Maria, e o “Pão de pão” de Dona Lurdes. Só não anota o modo de preparo “*quando é para misturar tudo*”. Quase todas estas receitas, ao lado do título, traz escrito o nome de quem a ensinou. Em todo o caderno, há apenas uma receita ensinada por um homem: o sorvete de milho de Seu Zequinha, que fora marido de sua mãe. Sueli o descreve como “*um homem diferente*”, pois era professor, e “*muito culto*”. Do mesmo modo, Sueli também anotou receitas que

⁵⁰ Demeterco (1998) demonstra, ao analisar cadernos de receitas de 1900 a 1950 da população de Curitiba, que é nos momentos de comensalidade, no âmbito do cotidiano doméstico da família e/ou pessoas por ela selecionadas, que se dá a transmissão de um saber culinário.

aprendeu no programa de Ana Maria Braga. Ao lado dos nomes das receitas – “*Panqueca de Beterraba*”, “*Biscoito Crocante*”, “*Massa de Gravatinha para Aperitivo*”, ou da “*Dica para preparar frango a passarinho bem sequinho*” – há o nome da apresentadora anotado.

O caderno de receitas de Sueli também traz muitos recortes com receitas de embalagens. É interessante que ela nunca preparou nenhuma destas receitas, e considere muitas delas como “*ruins*”. É o caso do “*Capelletti de Frango*”, que recortou de uma revista, que parece “*comida de rico*” e é “*muito branco*”. Ela não sabe o que é cappelletti. Também não gosta do “*Suflê de Chuchu*”, porque não gosta de comer chuchu. Tem ainda o “*Role de Carne*”, que ela diz não preparar porque o marido e o filho não gostam de bacon.

Ivete têm caderno de receitas desde os doze anos de idade. Assim como minhas outras informantes, apresenta receitas de embalagens de leite de coco, leite condensado, fermento em pó e outros produtos alimentícios. Ivete classifica estas receitas como “*boas*”, porque considera seu modo de preparo “*bem explicado*”, o que é suficiente para que ela prepare a comida com sucesso. Também como outras informantes, costuma anotar ao lado do título da receita o nome da pessoa que a passou, como a apresentadora Ana Maria Braga e a amiga que tinha uma loja ao lado da loja dela em Porto Alegre. Geralmente, costuma experimentar o bolo ou outro prato antes de anotar a receita. Há também receitas de um apresentador de programa de culinária local, que ela não lembra o nome. Estas foram anotadas com o nome do programa: “*Anônimos Gourmet*”. Além de receitas, o caderno de Ivete também traz coladas páginas de revistas com informações sobre alimentação saudável.

Dentro do caderno de receitas, Ivete tem algumas folhas de cadernos soltas que ela classifica como “*Receitas Fáceis*”. Estas estão marcadas separadamente para facilitar o acesso da dona-de-casa quando deseja preparar alguma comida. Nestas folhas, estão anotadas muitas receitas do programa de Ana Maria Braga. A anotação segue a ordem em que a seqüência do preparo foi apresentada na televisão. As folhas têm receitas de “*bolo marfim*”, “*pudding de claras*”, “*balas de goma*”, “*frango com nozes*”, “*quindim*”, “*torta de sorvete*”, “*pão de ló*”...

O caderno de receitas de Luzinete era da sobrinha, que morava com ela, e que o deixou quando foi morar com o namorado. Luzinete acrescentou receitas passadas por primas, sogra, mãe, sobrinha e pela irmã. Quando vai à casa da mãe, que mora em uma

cidade vizinha, durante as reuniões de família nos finais de semana, sempre leva o caderno, que volta com receitas novas. Luzinete assiste diariamente ao programa de Ana Maria Braga e ao programa de Daniel Bork. Quando gosta alguma receita dos programas, “*grava de cabeça*” ou “*anota à sua maneira*”. Se tem os ingredientes, prepara-a. Se fica bom, pede à filha de doze anos que anote no caderno. Diz que ela mesma não anota porque “*faltam umas letras*”. Em seu caderno, também há receitas de embalagens, que ela considera “*difíceis*” e “*comida de rico*”. Luzinete tem várias revistas de culinária, que compra em bancas. Diz que gosta de ler as revistas para ver do que são feitos determinados pratos. Quando considera uma receita acessível, compra os ingredientes e prepara. Luzinete compra regularmente a revista “*Receita Minuto*”, do apresentador Daniel Bork, porque diz que suas receitas são fáceis. Foi através da revista que ela aprendeu a fazer bolinhos de arroz – o que preparava antes não era com batata e não ficava tão bom.

A filha de Luzinete também está começando a fazer seu próprio caderno de receitas. Copiou algumas das receitas do caderno de sua mãe, e já colou algumas receitas de embalagens. Luzinete a incentiva a cozinhar e a aprender outros afazeres domésticos. Ela comprou para a filha revistas de bordado e crochê: “*para ela aprender a fazer as coisas, não ser como eu, que não sei fazer nada*”. Luzinete diz que “*acha bonito*” mulher que, ao contrário dela, sabe cozinhar bem.

O caderno da filha de Luzinete é todo enfeitado por recortes com pratos decorados e flores, além dos adornos com canetas coloridas. Estes enfeites também aparecem em outros cadernos de receitas. O caderno de Janete, ainda em branco, tem a capa enfeitada por recortes de fotos de revista de tortas decoradas. Outros cadernos, como os de Eliana e Sueli, têm as receitas separadas por traços coloridos. Os enfeites feminilizam os cadernos, e os tornam mais apresentáveis para passar para domínio público através do empréstimo para vizinhas, parentes e conhecidas.

Capítulo 4

A comida da TV

Em *Mitologias*, Barthes analisa a sessão de culinária da revista *Elle*, cuja cozinha seria “uma cozinha de ‘idéias’”, valorizando enfeites e ornamentação. A sofisticação dos pratos de *Elle* aponta para “uma economia totalmente mítica”, “uma cozinha de sonho”, “de ostentação, totalmente mágica”. O autor compara o público da revista ao de um jornal francês para explicar as diferenças entre as cozinhas apresentadas pelas duas publicações:

“(…) é exatamente por se dirigir a um público verdadeiramente popular que a revista *Elle* evita cuidadosamente postular uma cozinha econômica. Veja-se o *Express*, cujo público exclusivamente burguês é, pelo contrário, dotado de um poder de compra razoável: a sua cozinha é real, não mágica; a *Elle* sugere receitas de perdoes-fantasia, o *Express* de salada mista. *O público de Elle só tem acesso à fábula, ao do Express pode-se propor pratos reais, que ele certamente poderá confeccionar.*” (Barthes, 1985: 79; grifos meus)

Segundo Barthes, os pratos são mostrados por *Elle* de modo, ao mesmo tempo, “próximo e inacessível”, e teriam, para as camadas com baixos rendimentos, o consumo totalmente “esgotado apenas pelo olhar”.

Em se tratando dos programas televisivos de culinária cuja audiência pesquisei, estes diferem das publicações citadas por Barthes por apresentarem públicos muito mais diversificados que o pretendido. As mensagens televisivas não se dirigem a todos os telespectadores. Elas têm seu “público-alvo”, determinado pelas pesquisas de mercado, que tentam ajustar as expectativas de produtores e consumidores.

“O público imaginado como alvo não coincide com o público que assiste, o qual é bem mais amplo e sabe que aqueles conteúdos são feitos para os segmentos abastados da sociedade. Procura assim se instruir sobre formas legítimas e chiques de comportamento, que identificam como verossímeis em situações distantes no espaço geográfico e/ou social”. (Hamburger, 2005: 169)

A possibilidade de preparar a receita ensinada pelos programas de culinária é um importante fator que influencia na atenção e no interesse da maioria das mulheres por estes produtos midiáticos. Tanto as telespectadoras de camadas médias quanto as de camada popular dizem procurar receitas “*simples e fáceis*”. No entanto, para as primeiras, há

maiores possibilidades de encontrar uma comida com estas características. Encontrei apenas um caso em que a “cozinha de sonhos” cumpria seu caráter mítico para quem não tinha condições de preparar o prato, como o anunciado por Barthes.

“Simples e fácil”

Zilá, dona de casa, 60 anos, gosta do programa da Ana Maria, “*mas só da primeira parte*”. Não gosta da “*parte das comidas*”, e me explicou por que: “*Gostar das comidas que ela ensina eu gosto, mas como vou fazer? Não gosto de ver o que não posso fazer*”. No dia em que conversamos pela primeira vez, à tarde na casa da sobrinha, ela me relatou o que tinha passado no *Mais Você* daquela manhã. Destacou a entrevista com mãe e filho que são cantores do interior “*acho que de São Paulo*”. Da culinária, segundo ela, receita de pastel, lembra-se apenas como se faz o recheio de doce de abóbora: “*Não se corta a abóbora com faca, por causa da acidez. Tem que jogá-la no chão*”. Contou-me que já preparou um doce de mamão ensinado pela Ana Maria, feito apenas com mamão, açúcar e suco de limão “*para deixar o doce brilhoso*”. Fez o doce, dividiu-o em potes e distribuiu para as sobrinhas, para quem passou também a receita e o modo de preparo.

Zilá, assim como outras mulheres de camada popular do Morro da Caixa, consideram a comida dos programas de culinária como “*comida de rico*”. As poucas receitas que chegam a anotar e a preparar são aquelas que levam poucos ingredientes e, geralmente, ingredientes conhecidos por elas. Quando percebem que não podem preparar a receita que é ensinada na tv, voltam-se para as atividades domésticas. Janete, faxineira desempregada, de 40 anos, mostrou-me as anotações incompletas de uma receita de lasanha do programa da Ana Maria. Quando percebeu que entre os ingredientes estavam vários tipos de queijo que, segundo ela, “*nem têm aqui, só devem ter em São Paulo*”, parou de anotar.

Luzinete, 37 anos, irritou-se com a receita de “*Chiclete de Frango*”⁵¹ ensinada no programa da Ana Maria. Para ela, “*é muito difícil de fazer*”. Entre os ingredientes, estão quatro tipos de queijo: provolone, mussarela, queijo cremoso de caixinha e parmesão. “*Para mim, existem dois tipos de queijo – o amarelo e o branco*”, disse-me a dona-de-casa. Após ver a grande quantidade de ingredientes, principalmente queijos e temperos que não costuma utilizar, como coentro, alecrim e azeite de dendê, saiu de frente da televisão, que fica na sala, e foi para a cozinha limpar a geladeira.

Além das receitas que levam vários tipos de queijo, são recorrentemente consideradas “*comidas de rico*” as que necessitam de bebidas alcoólicas, como rum, vinho e conhaque (este também ingrediente do “*Chiclete de Frango*”). O champignon foi bastante citado como próprio de outra camada social, inclusive pelas mulheres de camadas médias. A quantidade dos ingredientes também é um fator importante na classificação da comida. Madalena, cozinheira, de 40 anos, exclamou enquanto assistíamos ao preparo do “*Petit Gateau de Goiaba*”⁵², após a apresentadora acrescentar dez gemas de ovo à massa: “*Sai caro*”. Receitas que levam mais de uma lata de leite condensado ou de creme de leite são inacessíveis para as camadas populares.

A “*comida de rico*” também é caracterizada pelo uso de ingredientes conhecidos pelas camadas populares, mas que estas não costumam utilizar na preparação dos alimentos. Luzinete não gostou da receita de batatas assadas temperadas com alecrim. A dona de casa tem pés de alecrim plantados no pequeno quintal de casa. Para ela, esta erva, assim como a noz moscada, serve apenas para fazer chá. Utilizar o alecrim em um prato salgado seria assim contrariar a gramática culinária.

A “*comida de rico*” tem gosto duvidoso. Juliana não costuma assistir ao programa da Ana Maria porque as comidas “*não têm nada a ver*”, são feitas com “*coisas que a gente não têm em casa*”, como champignon, ou “*com muitos temperos*”. Segundo a dona de casa, ela e sua família não têm “*esse paladar*”. A mãe de Juliana também não assiste aos programas de culinária. Entre os motivos, além de não ter tempo e de só fazer “*comida simples*”, disse-me que não escreve. O analfabetismo também foi apontado por outra moradora como uma das razões pelas quais não assiste a esse tipo de programa. Segundo

⁵¹ Ver receita em anexo na página 118.

⁵² Ver receita em anexo na página 123.

ela, os programas de culinária são para “*quem tem cabeça boa*”. Só encontrei uma moradora do Morro Caixa analfabeta que afirmava gostar de assistir aos programas. Dona Juraci divertia-se com o programa de Ana Maria, mas nunca preparou nenhuma receita ensinada por ela.

Para Alice, 54 anos, a Ana Maria “*mistura doce e salgado, coloca leite condensado no peixe*”. Ela diz não preparar a comida ensinada na tv porque os filhos não iriam gostar. Assim como Alice, outras mulheres me disseram que não preparam pratos diferentes por causa dos filhos e do marido, e reclamaram principalmente do conservadorismo dos homens. Eliana disse-me que em sua casa tem que ter sempre “*arroz e feijão*”, por causa do pai, o que dificulta que ela prepare comidas como lasanha, nhoque... Sueli, que aprendeu a fazer panquecas de beterraba assistindo ao programa da Ana Maria, falou que o marido e os dois filhos homens não apreciaram a novidade, impedindo que ela preparasse o prato outras vezes. Fátima afirmou que não faz as receitas da tv que são muito diferentes de seu modo de cozinhar, porque em sua família “*todos já estão acostumados*”.

Esse novo jeito de cozinhar e ingredientes normalmente não utilizados pelas camadas populares causam estranheza e desconfiança quanto ao gosto da comida preparada na tv. A filha de Aparecida, de 15 anos, estuda pela manhã. Nas férias, chegou a assistir ao programa da Ana Maria algumas vezes, e interessou-se por algumas receitas. Quando a mãe dizia-lhe que não iria preparar, parava de anotar. Segundo a mãe, se não conhece os ingredientes, não sabe se é bom: “*nem tudo que aparece na tv é tão bom quanto parece*”. Quando Aparecida quer fazer algum bolo diferente, prefere pedir à Sueli, sua vizinha, seu caderno de receitas emprestado. É também à vizinha que recorre para se aconselhar sobre o que dar de comer à filha adotiva, de um ano e oito meses.

Como observado, os hábitos alimentares não são facilmente modificados. Segundo Bourdieu, a arte de beber e a arte de comer são um dos poucos terrenos sobre os quais as classes populares se opõem explicitamente à arte de viver das elites (1979: 200). A alimentação é, para este autor, uma das maneiras de se distinguir através do consumo. Neste domínio, Bourdieu diferencia dois tipos de gosto⁵³: o “gosto de luxo”, ou “gosto de

⁵³ “(...) le goût est l’opérateur pratique de la transmutation des choses em signes distincts et distinctifs, des distributions continues en oppositions discontinues; il fait accéder les différences inscrites dans *l’ordre physique* des corps, à *l’ordre symbolique* des distinctions signifiantes” (Bourdieu, 1979: 194-5; grifos do autor).

liberdade”, e o “gosto de necessidade”. O primeiro é próprio de indivíduos dotados de liberdade e facilidade de escolha, possibilitada pela posse de capital. É caracterizada pela distância da necessidade. O segundo, ao contrário, exprime as necessidades. É o gosto das camadas populares, que escolhem os alimentos mais nutritivos e econômicos. (1979: 198-199).⁵⁴ O gosto é, portanto, a expressão simbólica de uma posição de classe, que transforma, através de operações inconscientes, necessidades em estratégias, constrangimentos em preferências (1979: 195).

Ainda que considerada, algumas vezes, estranha, a comida ensinada nos programas de culinária foi-me sempre descrita como “*muito boa*”, por todas as minhas informantes, tanto as de camadas populares quanto as de camadas médias. Quando a apresentadora experimenta a receita, todas dizem ter vontade de fazer o mesmo. O fato de a apresentadora provar a comida feita é também tido como atestado de qualidade da comida: “*Se ela prova, é porque é bom*” (Caroline).

Uma das receitas preferidas de Luzinete é a de “*pudim de panela de pressão*”, que ela aprendeu a fazer assistindo ao programa da Ana Maria. É “*simples*”: apenas uma lata de leite condensado, uma lata de leite e três ovos, além da calda de caramelo, feita com água, açúcar e suco de limão. Luzinete não coloca as três colheres de queijo parmesão ralado como ensinado na tv. Além de ser acessível, a dona de casa destaca outra vantagem da receita: a rapidez. Ao invés de levar horas assando no forno, como as outras receitas de pudim que conhece, esta demora apenas cinco minutos para ficar pronta na panela de pressão. Luzinete também gostou muito de preparar a “*omelete de macarrão parafuso*”. O macarrão parafuso é bastante apreciado pelas camadas populares, ao contrário de outros tipos de macarrão, como “*penne*” e “*rigatoni*”, tidos como mais sofisticados.

Dona Madalena, cozinheira, 47 anos, assistiu à receita de “*vaca atolada*”⁵⁵ no *Mais Você* numa sexta-feira, e preparou o prato para o almoço de domingo, quando os filhos, que já são casados, foram almoçar em sua casa. A comida, feita de costela (ou outra carne de boi de pouco preço) e mandioca, é, conforme o ensinado por Ana Maria, “*uma receita de*

⁵⁴ Bourdieu afirma que há três maneiras principais de se distinguir através do consumo: a alimentação, a apresentação (que inclui roupas, calçados, artigos de higiene pessoal, gastos com cabeleireiro, etc) e a cultura (despesas com livros, jornais, discos, esporte, música, espetáculos, etc.) (Bourdieu, 1979: 204).

⁵⁵ Ver receita em anexo na página 121.

inverno”, contou-me Dona Madalena. Mesmo assim, a cozinheira preparou o prato no verão, fazendo “*os filhos suarem enquanto comiam*”. Dona Madalena nunca anota as receitas que as interessa, sabe todas de cabeça. Além da “*vaca atolada*”, que é “*uma comida mineira*”, preparou “*uma pizza feita com bolachas salgadas*” e “*um pavê de amendoim, feito com bolacha Maria*”. Segundo Madalena, as duas receitas são simples e acessíveis, feitas com ingredientes baratos e que costuma ter em casa. A família – filhos e marido – aprovaram a sobremesa doce, mas não gostaram da pizza de bolacha, porque “*ficou muito salgada, a bolacha já tem sal*”.

Antônia, que não costuma assistir ao programa da Ana Maria com frequência, também aprendeu com o programa a preparar “*um prato de inverno*”.⁵⁶ A ex-faxineira passou-me a receita de “*polenta*”, que sabe de cor: 12 xícaras de farinha de milho (o que equivale, segundo Antônia, a um quilo e meio de farinha ensinados no programa), três litros de água, um copo de azeite (Antônia coloca meio copo ou “três dedos”, porque não pode comer gordura), três batatas (“se forem pequenas, podem ser quatro”), três folhas de couve (ela utiliza as que têm plantadas no quintal) e um caldo *Knorr* de carne. Antônia, que nunca se casou nem teve filhos, prepara o prato quando seus irmãos e sobrinhos vão almoçar lá. Passou a receita para a irmã que mora em Jaguaruna, município próximo a Tubarão: “*Ela não tinha caldo de carne, então colocou de galinha, e me disse que ficou bom*”.

Luzinete, Madalena e Antônia ilustram certas recorrências encontradas na audiência de programas de culinária entre telespectadoras de camadas populares. Com exceção de Antônia, essas mulheres assistem aos programas com certa regularidade. Apesar disso, raramente preparam alguma comida ensinada na televisão. A comida da tv é a “*comida de rico*”, ou seja, “ *fina*”, “*sofisticada*”. É em comparação a essa comida que as mulheres classificam a comida que consomem como “*simples*”. A variedade de queijos, a grande quantidade de temperos e outros ingredientes, como ovos e leite condensado, e o uso daquilo que não conhecem caracterizam essa comida. Como costuma dizer Luzinete, é “*muito cheia de coisa*” e “*difícil de fazer*”. Para despertar interesse, a receita deve ter ingredientes que normalmente costumam ter em casa e em quantidades também acessíveis. Essa comida é preparada em ocasiões em que os membros da família – marido, filhos e até

⁵⁶ Os “pratos de inverno” ensinados pelos programas de culinária são assim denominados pela temperatura (quente) da comida e pela grande quantidade de calorias, o que parece ser uma idéia nova. Antes, os pratos de cada época do ano eram aqueles feitos com frutas e vegetais da estação.

sobrinhos e irmãos – podem experimentá-la. Caso não seja aprovada pelos familiares, dificilmente a receita é repetida. Quando aprovada, é ensinada a outras mulheres, seja da família ou da vizinhança. Mulheres mais velhas e com mais experiência na cozinha, não consideram necessário anotar a receita (como diz Madalena, “*tem gente que anota e ainda dá errado*”). Já Luzinete, que demonstra insegurança ao preparar a comida, anota ingredientes e quantidades.

A audiência entre mulheres de camadas médias é diferenciada. Ivete tem 46 anos, dois filhos homens (de 22 e 24 anos) e duas filhas gêmeas (de 18 anos). Mora em Tubarão há seis anos e há poucos meses reside no Morro da Caixa. Da sacada da casa onde mora com três filhos e a mãe, assiste a brigas dos vizinhos mais pobres e acompanha a rotina das crianças que, segundo me contou, freqüentemente faltam às aulas da escola. Ivete é recém-divorciada, e faz Magistério em uma escola pública. Recomeçou os estudos (interrompidos na 6ª série do Ensino Médio) para livrar-se da depressão, causada pelo término do casamento de 25 anos, após descobrir que o marido a traía com outra mulher. “*Tem gente que procura religião. Elas [as religiões] são muito fechadas. Prefiro estudar.*”

Ivete costumava assistir ao programa da Ana Maria com freqüência. Durante minha estada em campo, ela não pôde assistir aos programas, porque diariamente, pelas manhãs, tinha que acompanhar a mãe, de 80 anos, que quebrara o braço, em sessões de fisioterapia. Ivete tem anotadas em seu caderno as receitas que aprendeu com o programa, algumas identificadas com o nome da apresentadora ao lado da receita: “*souflê*”, “*torta de sorvete*”, “*pão de ló*”, “*molho de macarrão*”, “*torta de sorvete sonho de valsa*”. Em folhas soltas, dentro do caderno, estão anotadas algumas receitas que a dona-de-casa intitulou como “*Receitas Fáceis*”. Lá, entre outras, estão as receitas que aprendeu com Ana Maria: “*Bolo Marfim*”, “*Pudim de Claras*”, “*massa para lasanha*”, “*quindim*”, “*balas de goma*” e “*Chokito*”. Estas duas últimas foram as únicas receitas que Ivete ainda não tinha preparado. É importante enfatizar que a dona de casa classifica como fáceis receitas com grande quantidade de ovos. Para preparar o quindim, são necessárias 18 gemas de ovos; para o pudim de claras, oito claras. Há ainda outros ingredientes que, para as camadas populares, são “*comida de rico*”. No “*molho para macarrão*”, há azeitonas. No “*Chokito*”, são necessários flocos de arroz e castanha de caju. Na receita de “*frango assado*”, tem vários ingredientes (manteiga, mel, molho de soja, alho, salsa, pimenta), entre eles nozes, que a

dona-de-casa costuma colocar apenas no Natal. Quando não têm em casa, ela substitui as nozes por amendoim.

Sônia é dona-de-casa, e não pode trabalhar porque tem problema de coração. Por isso, passa bastante tempo em frente à tv. Mora com o marido e dois dos quatro filhos, um adolescente solteiro e outro casado, que mora com a esposa em um “*puxadinho*” na casa. Sônia assiste com frequência ao programa da Ana Maria. Gosta bastante das receitas, principalmente do “*Arroz de Braga*”, que preparou pouco antes de eu a conhecer. A dona-de-casa não anota as receitas – sabe todas de cabeça, ao contrário da jovem nora, que, na sua parte da casa, anota tudo. Em um dia em que assisti ao *Mais Você* com Sônia, a apresentadora ensinava a preparar “*Ossobuco ao Molho de Hortelã*”⁵⁷. A dona-de-casa salivava ao assistir à preparação do prato. “*Hummm... que coisa boa... que delícia...*” Ela não conhecia essa carne, e teve que ler os caracteres da receita para conseguir pronunciar corretamente o nome. Olhou para a nora, que entrara na sala onde estávamos, e exclamou: “*Ossobuco... aqui não deve ter... o açougueiro nem deve saber o que é... No Angeloni deve ter. Vou comprar.*” Sônia repetia os ingredientes para memorizá-los: “*aipo, alho-poró...*” quando viu que precisava de vinho branco para preparar a carne, virou-se novamente para a nora: “*que tanto! Viu só, aquele vinho branco que a gente tem ali dá pra fazer comida.*” Algumas semanas depois, conversei com Luzinete, que também assistira a essa mesma receita. Ela me disse que seu pai costumava comer ossobuco, nos tempos em que ainda era solteira e morava no sítio. Luzinete não se interessou pela receita. Segundo ela, a Ana Maria preparou de um jeito diferente, “*todo chique*”.

Dona Ana, mais conhecida como Ana Redonda, ou Vó Redonda, como os netos a chamam, também nasceu na zona rural, em Orleans, município próximo a Tubarão. Mora no Morro da Caixa há 40 anos, com o filho separado e uma filha solteira. A nora, viúva, mora no mesmo terreno, na casa ao lado. Ana Redonda é viúva, e vive bem com a pensão do marido e da filha, que morreu há cinco anos em um acidente de carro. Ela adora cozinhar. Prepara diariamente o almoço para os dois filhos que moram com ela, a ex-nora e seu atual marido, e seus netos. No dia em que a conheci, contou-me que foi sorteada em uma promoção de Ana Maria Braga quando esta ainda tinha um programa na Rede Record. Quando a apresentadora ligou para sua casa, ao vivo, Ana Redonda, emocionada, não

⁵⁷ Ver receita em anexo na página 119.

conseguiu falar nada, e acabou perdendo o prêmio que tanto “*namorava*”: um forno elétrico.

Atualmente assiste ao programa da Ana Maria na Rede Globo todos os dias, na cama, quando acorda. Gosta das mensagens faladas pela apresentadora no início do programa. Às vezes, anota as receitas na agenda de telefones, que fica ao lado de sua cama, mas apenas os ingredientes, nunca o modo de preparo. Outras ela nem anota, mas lembra da receita e a prepara.

Entre os rabiscos na agenda de telefone de Ana Redonda, estão o “*Brigadeiro de Forno*”, receita da filha de Ana Maria Braga, e a “*Torta do Miguel Falabella*”, que a apresentadora disse que é apreciada pelo ator. As duas receitas já foram preparadas pela aposentada. Fez ainda “*sanduíche de forma feita com pão amanhecido*” e um “*sorvetão*”, que não têm anotados, mas que sabe de cor. Dona Ana Redonda diz que não prepara comida sofisticada, como a receita de “*bolo de pão de queijo*”, ensinada por Ana Maria, que achou “*muito complicada*”. Não pega receita que não irá preparar. Mas quando vê uma comida que lhe interessa na tv, pede aos filhos ou netos que encontrem os ingredientes e faz para experimentar. Ela costuma oferecer comida que aprende a fazer na tv à sua vizinha, Dona Juraci. Quando os filhos e netos não gostam da comida e sobra, ela manda para Dona Jura. “*Não é resto, é sobra*”, ela esclarece. É sobre Dona Jura que escrevo a próxima sessão.

A cozinha de sonho

Na sessão anterior, mostrei que, na maioria das vezes, as telespectadoras não prestam atenção nas receitas que não podem ou, por diferentes fatores, não querem preparar. Nesse sentido, o consumo visual da “cozinha de sonho”, conforme a definição de Barthes (1985) para a cozinha da revista *Elle*, não seria algo que se aplica a esse contexto. A exceção encontrada foi Dona Juraci, mais conhecida como Dona Jura.

Conheci Dona Jura enquanto caminhava pelas ruas do Morro da Caixa. A senhora, de 75 anos, reclamava do forte calor e da burocracia do INSS – voltara do centro da cidade a pé, apesar da distância, onde fora regularizar a situação do marido que estava requerendo aposentaria por invalidez. Depois que me apresentei, disse-me que adorava assistir ao programa da Ana Maria, e aceitou me receber em sua casa. Dona Jura e o marido nasceram em Orleans, em uma localidade rural. Recém-casados, mudaram-se para Tubarão em busca de emprego e melhores condições de vida. O marido trabalhou na construção de esgotos na cidade, até que um problema na perna o afastou do trabalho. O casal mora há cerca de 30 anos no Morro, onde criou os cinco filhos, hoje todos casados. Segundo Dona Jura, “*eles vendem o almoço para comprar a janta*”, mas disse que todos estão bem. No terreno em que vivem, ficam a casa de sobrinhos e a de uma filha. Em sua casa, mora com o marido e o neto de 18 anos.

Dona Juraci é analfabeta. Mas diz saber ver os preços dos produtos nos supermercados e a cuidar bem do dinheiro. A senhora, aos 75 anos, costuma fazer pesquisa de preços em mercados da cidade, percorrendo longas distâncias a pé para gastar menos. Assistiu pela tv o anúncio de uma promoção de produtos a R\$ 0,99 no Angeloni, supermercado conhecido na cidade pela maior variedade de produtos e pelos preços mais elevados. Mas não acreditou que poderia comprar qualquer coisa lá por alguns centavos. Prefere ir aos mercados mais populares.

Dona Jura assiste ao programa da Ana Maria quase todos os dias. Só perde o programa quando precisa ir ao INSS, ao médico, ou quando aproveita as temperaturas mais amenas das manhãs para fazer compras. Disse-me nunca ter feito qualquer receita ensinada por Ana Maria, apesar de gostar muito das receitas e de ter vontade de experimentá-las. Comentou que a vizinha, Dona Ana Redonda, faz as receitas ensinadas pelo programa. “*Ela é italiana, já sabe fazer...*” É interessante notar que o fato de ser descendente de italianos é associado ao fato da mulher ser boa cozinheira. Em outra oportunidade, um senhor que visitava Dona Ana Redonda disse-me que suas noras eram todas “*italianas*”, mas que, estranhamente, não cozinhavam bem.

Dona Jura disse-me que fora criada “*sem grã-finagem*”. “*A gente comia feijão, batata, aipim. Até arroz era difícil em um tempo... tinha que socar...*” Ela manifestava a vontade de comer comida preparada pela “*mão de outra mulher*”. Segundo ela, comprar

comida pronta sai caro, apesar de Dona Ana Redonda ter lhe dito o contrário. Parte desse desejo ela satisfaz quando a vizinha lhe oferece as sobras das comidas que prepara. É a oportunidade que ela tem de comer a comida de Ana Maria Braga, que ela e o neto tanto gostam. Foi assim que comeram o sanduíche de forma e experimentaram o “*macarrão de arroz*”, que não foram muito apreciadas pela família de Dona Ana Redonda.

Segundo Dona Ana Redonda, a comida na casa de Dona Jura é sempre a mesma: “*É sempre arroz, feijão e carne frita. Às vezes, é carne frita, arroz e feijão. Só muda a ordem.*” Nas visitas freqüentes que Dona Jura lhe faz, oferece-lhe sempre “*bolos da Ana Maria Braga*” e lhe dá pedaços para que a senhora leve ao neto. Em troca, recebe a companhia da senhora, já que tem dificuldades para sair de casa. Além disso, Dona Jura lhe presta pequenos serviços, como recolher a roupa do varal e lhe alcançar utensílios enquanto cozinha sentada em frente à pia. “*Ela é minha secretária*”, disse-me Dona Ana Redonda. Curiosamente, “*secretária*” é o mesmo termo usado por Ana Maria Braga para se referir à sua empregada doméstica no programa.⁵⁸

Dona Jura parece se divertir com o neto enquanto assiste ao programa de culinária. Espanta-se com a quantidade de queijo colocada no creme de batata. Reprova a atitude da apresentadora, ao oferecer a comida a um repórter, convidado do programa. “*Comeu no mesmo garfo que aquele homem. Por que não pega outro garfo?*” Quando a apresentadora pega outro garfo, o neto lhe diz, rindo: “*Ele ouviu a vó*”. Apesar de algumas comidas lhe causarem certo estranhamento, como o creme de batata com queijo, as comidas são sempre classificadas como “*muito boas*”, principalmente quando Ana Maria Braga experimenta a comida. “*Meu neto diz: por que a vó não abre a televisão e pega um pedaço pra comer?*”, disse-me rindo.

⁵⁸ No programa Mais Você de 26 de abril, data em que se comemora o “Dia da Empregada Doméstica”, a apresentadora Ana Maria Braga referiu-se às empregadas domésticas como “secretárias do lar”, o que gerou protestos da presidente do Sindicato das Secretárias de Santa Catarina (SINSESC), que enviou carta ao programa reivindicando a distinção entre as duas profissões, que, segundo ela, não poderiam ser denominadas pelo mesmo nome. A apresentadora respondeu no programa que a atitude da presidente do sindicato era preconceituosa em relação às empregadas domésticas.

A “comida saudável”

*“Farmácia é a porta do inferno.
O remédio tá no supermercado: é o arroz, é o feijão...”*
(Seu Miro, avô de Iara, uma de minhas interlocutoras)

Esta afirmação de Seu Miro lembra a atribuída a Hipócrates, citada por Poulain (2004): *“Dos alimentos fará a tua medicina”*. A busca por uma alimentação considerada mais saudável é um dos fatores que interferem no interesse de minhas interlocutoras pelas receitas apresentadas nos programas de culinária.

Assisti ao *Mais Você* com Antônia no dia em que Ana Maria ensinava a preparar o *“Arroz de Braga”*⁵⁹. Quando a apresentadora adicionou lingüiça e bacon ao arroz, Antônia exclamou: *“Não posso comer... é muito forte”*. Em seguida, explicou-me que só pode comer ovos, peixe e salada. A ex-faxineira mostrou-me a receita de *“Bolo de baixa caloria”* – que ela chama de *“Bolo de Caloria”* – que preparou para o aniversário da mãe. Antônia gosta da receita porque esta não requer manteiga nem margarina, também considerados *“muito fortes”* e que fazem mal à sua saúde.

Nesta mesma manhã, quando o programa acabou, Antônia convidou-me para tomar café. Na cozinha, encontramos a mãe dela, Dona Guilhermina, de 87 anos, aferventando o frango, para *“retirar os hormônios”*, como aprendera em reuniões da Pastoral da Saúde. Antônia disse à mãe que o frango era caipira e que, portanto, não era necessário tal procedimento, pois a ave era morta com oito meses, e não com três meses, como os de granja. Pediu à Dona Guilhermina que não jogasse a água da fervura fora, porque senão o frango ficaria *“sem gosto”*, já que a fervura *“tira o gosto do frango”*.

Todas as manhãs, em jejum, Antônia bebe clara de ovo batida com laranja por causa da osteoporose. Esta receita fora ensinada por uma mulher enquanto as duas esperavam atendimento em uma fila do consultório médico. A dona-de-casa disse-me estar pensando

⁵⁹ Ver receita em anexo na página 122.

no que fazer com as três gemas que estavam sobrando na geladeira. Lembrou-se do bolo com manteiga, em que teria que acrescentar mais dois ovos “*para ficar fofo*”.

Em outra oportunidade, Antônia falou-me do desejo de comprar o livro “[*Medicina de A a Z*”], anunciado no programa do Gugu, que ensina a evitar e curar problemas de saúde através da alimentação e da preparação de remédios caseiros. Este mesmo livro foi adquirido por outra moradora do Morro da Caixa, de camadas médias. Ivete comprou o livro de um vendedor ambulante, mas já o conhecia pelos anúncios publicitários na televisão. A dona-de-casa arrependera-se da aquisição: o pagamento, parcelado em quatro vezes, ainda não tinha sido concluído, e ela nunca consultava o material, que pensara ser útil para resolver problemas de saúde da mãe, que está sob seus cuidados. O livro ficava só na estante.

Luzinete também adquiriu “*Medicina de A a Z*”, mas uma versão bem mais simplificada, em formato de revista, vendida em bancas a preços acessíveis às camadas mais populares. A dona-de-casa também afirmou não gostar do livro, sem me explicar o motivo, e que não o consultava.

Marisa citou-me outro livro referente à medicina e alimentação que desejava comprar. A cabeleireira tinha assistido, no dia anterior ao que conversamos, uma entrevista na emissora católica *Redevida* com a autora do livro “*Dieta do Tipo Sangüíneo*”. Ela me informou que há alimentos apropriados e impróprios para cada pessoa de acordo com o tipo de sangue. Marisa contou-me que, segundo a autora do livro, há alimentos que todos deveriam evitar, porque fazem mal ao organismo: o leite – “*porque o organismo humano não consegue digeri-lo*”; o tomate; a batata inglesa (para Marisa, o mal cheiro deste legume quando apodrecido aparece como indício de que é prejudicial ao funcionamento do corpo); e a laranja, “*por causa da acidez*”. A cabeleireira contou-me que, certa vez, quando era ainda bastante jovem, teve fortes dores no fígado, e lembra-se de ter ingerido laranja momentos antes de passar mal.

Marisa disse-me ainda que a entrevistada incentivava os telespectadores a fazer um teste para medir os efeitos maléficos destes alimentos no organismo humano. Tratava-se de passar duas semanas sem ingeri-los e então perceber o melhor funcionamento do corpo. Marisa considera difícil, para uma família descendente de italianos, ficar um período sem comer batata ou tomate. Apesar de confiar nas informações passadas pela autora, “*que é*

uma pesquisadora”, e considerar as informações coerentes com fatos observados em seu dia-a-dia, a cabeleireira não demonstrou vontade de realizar o tal teste. Mas mostrou-se bastante interessada em comprar o livro “*para saber mais*”, especulando inclusive em que livraria seria possível encontrá-lo. Uma cliente lhe informou que já tinha visto o livro na vitrine de uma loja no centro da cidade.

Informações acerca da alimentação saudável foram bastante recorrentes nas falas das mulheres do Morro da Caixa, tanto de camadas médias quanto de camadas populares. Sabe-se que é preciso ingerir alimentos adequados para se ter boa saúde. Ainda assim, a obtenção e a valorização destas informações não significam necessariamente uma mudança no comportamento alimentar, e observam-se contradições entre a alimentação considerada ideal e a comida consumida.

A alimentação é a principal responsável pelo colesterol, o inimigo da boa saúde mais citado por minhas informantes, tanto nas camadas médias quanto nas camadas populares.⁶⁰ O alimento que permite controlar as taxas de colesterol é bastante valorizado, e é um dos elementos que influenciam no interesse e no preparo de uma comida ensinada nos programas de culinária.

O consumo de berinjela, entre as mulheres pesquisadas, sempre apareceu relacionado à prevenção e à cura de males da saúde. Alice não costuma assistir ao programa da Ana Maria. Mas foi graças ao programa que aprendeu a preparar dois pratos de que gosta muito. Um deles é a “*Fatia Dourada*” que corresponde ao “*simples e fácil*”, que trato no início deste capítulo, e que ainda tem a vantagem de poder aproveitar pães amanhecidos. O outro é a berinjela, que Alice diz precisar comer “*por causa do colesterol*”. A aposentada não sabia preparar o legume até assistir ao *Mais Você*. Ela aprendeu a prepará-lo frito, empanando as fatias com ovos batidos e farinha de rosca.

Alice também costuma preparar outro prato que considera bastante saudável: a carne moída com couve. Ela obteve a receita durante uma excursão para Minas Gerais. Segundo Alice, a couve deve ser acrescentada ao ensopado de carne com talos, porque estes, assim como as cascas de frutas e verduras, possuem ferro e muitas vitaminas. Outras informantes citaram as qualidades do feijão como fonte de ferro, necessário para a força

⁶⁰ Fischler (1992) trata do processo de “demonização” do colesterol, influenciado por pesquisas médicas e nutricionais.

física e vitalidade das crianças e, principalmente, dos homens que exercem trabalhos braçais. As vitaminas também apareceram recorrentemente nas falas das mulheres como qualidade das frutas e verduras.

O alimento saudável deve ser saboroso. Alice gosta muito da berinjela empanada e da carne moída com couve. E quando se trata de substituir o alimento por outro mais saudável, é necessário que este conserve algumas características do anterior.

Fátima é diabética e teve um grave problema de coração no fim de 2005, que a impediu inclusive de preparar a torta na festa da família de final de ano. Desde então, por recomendação médica, passou a consumir alimentos mais saudáveis. No preparo da comida, substitui azeite por óleo de girassol e usa açúcar *diet* no preparo de bolos e sobremesas. Não bebe mais refrigerantes, só adoça as bebidas com adoçantes e, ao invés de pão branco, come pão integral. Fátima é telespectadora assídua do programa *TV Culinária*, apresentado pela cozinheira Palmirinha diariamente, das 13h15min às 14h, na TV Gazetta, que na cidade de Tubarão só pode ser vista através de antenas parabólicas.

A dona-de-casa, assim como outras informantes, só prepara a receita da tv quando esta é “*simples*” e feita com o que normalmente possui em casa. Mas Fátima demonstra uma preocupação maior em “*fazer tudo do seu jeito*”. O motivo, segundo ela, é que toda a família – marido e filhos já casados, mas que fazem refeições na casa da mãe quase diariamente – está acostumada a seu modo de cozinhar. Quando a receita ensinada por Palmirinha lhe interessa, ela anota apenas os ingredientes em um caderno que fica ao lado da televisão. No entanto, quando vai prepará-la, freqüentemente altera as quantidades de ingredientes e chega até a suprimir ou adicionar alguns destes, como ocorreu com a maionese.

A receita de “*maionese*” de Palmirinha é de “*três batatas e três cenouras cozinhadas, uma pitada de sal, uma xícara de vinagre e meio litro de leite*”. Mas Fátima prepara a receita com menos vinagre e leite, e acrescenta “*umas duas colheres de limão*”, “*por causa do sabor*”. A maionese agrada Fátima por ser “*natural*” e conservar o gosto e a textura do produto industrializado. A dona-de-casa também faz doce de banana caseiro que apresenta essas mesmas vantagens.

Assim como Fátima, Eliana também se preocupa com as taxas de colesterol, e assiste com freqüência a um programa de culinária, o *Mais Você*. Mas a dona-de-casa tem

ainda outra preocupação: emagrecer. Diz não preparar mais receitas que assiste na televisão para não engordar; há alguns anos, costumava preparar mais. Eliana tem anotadas as receitas de “*Salame de Chocolate*”, que ainda não preparou, e de “*Creme de Ameixa*”, que não fez porque não encontrou *chantili* pronto à venda nos supermercados (“*Bater creme de leite não fica a mesma coisa*”). A receita de picolé de chocolate, que não pôde anotar quando estava sendo transmitida, ela pediu para uma amiga que tem computador com acesso à Internet imprimir do *site* do programa. Sabe ainda de cor a receita de um outro sorvete, o “*Chicamais*”, que imita um sorvete industrializado.

É por não preparar mais com frequência essas receitas consideradas “*calóricas demais*”, que Eliana nem se interessou pelo “*Bomboninho delícia*”, ensinado por Ana Maria. Feito com leite condensado e chocolate, o doce atrapalharia a dieta da dona-de-casa, que durante minha estada em campo passou a ser acompanhada por um médico endocrinologista e por uma nutricionista. Antes, Eliana havia tentado emagrecer fazendo a “*dieta da sopa*”, que, segundo uma vizinha dela que me informou sobre essa dieta, é receitada em hospitais a pacientes que precisam emagrecer rapidamente para passar por um procedimento cirúrgico. Essa dieta foi passada por Eliana a duas vizinhas. Nenhuma das três mulheres conseguiu seguir o regime por muitos dias, porque precisavam ingerir apenas sopa de legumes até atingirem o peso desejado.

Além de ser calórica, a receita de “*Milho Surpresa*” Eliana não anotou por outro motivo: ser “*trabalhoso*”. O prato, feito com bacon, queijo, milho e outros ingredientes, requer da cozinheira atenção ao retirar a casca do milho, para que esta não rasgue e possa abrigar os outros ingredientes. A dona-de-casa diz também não fazer mais rosquinhas, palitinhos, salgadinhos salgados e churros porque prefere comprá-los prontos. Segundo ela, “*é muito mais prático e barato*”.

O *grill Família* – que a exemplo do livro “*Medicina de A a Z*”, é conhecido pelas mulheres devido a anúncios de tv – foi comprado pela mãe de Eliana em uma loja da cidade. O aparelho reúne as qualidades apontadas pela dona-de-casa no preparo da comida: é “*prático*”, por não fazer muita sujeira; é “*rápido*”, por levar apenas de cinco a dez minutos para preparar carne grelhada; e permite a preparação de carne mais saudável, já que a gordura do alimento escoar pelas laterais do aparelho. Além disso, o *grill* contempla facilmente as escolhas individuais (de que trato no Capítulo 2): no almoço de domingo,

cada um dos membros da família de Eliana – pai, mãe, filho, irmão e sobrinho – pôde escolher a carne que preferia comer (bife de carne bovina, de frango ou salame) e prepará-la no *grill*.

No *grill Família*, Eliana prepara também hamburger que aprendeu a fazer no programa *Bem Família*, feito com carne de boi moída e aveia. Segundo a dona-de-casa, “*a aveia é boa contra a gordura*”. O preparo no *grill* comprovaria que o hamburger é “*magro*”: pouca gordura fica no aparelho após a carne pronta. O salame, preparado no almoço de domingo para o irmão, foi a carne mais “*gorda*”, pois deixou bastante gordura no *grill*.

Foi através de uma amostra grátis dada pela nutricionista que Eliana experimentou a geléia *light*, com poucas calorias, que deseja comprar. O preço mais elevado do produto não é um problema para a dona-de-casa, pois será “*só um pote por mês*”, já que só ela irá consumir o doce na casa. Ela planeja também comprar margarina *diet* e, no café da manhã, passar a consumir pão de centeio, “*que tem 50 calorias, enquanto o outro tem 153 calorias*”. O sabor da comida também é um elemento importante na decisão alimentar de Eliana. Ela não gosta de queijo branco, recomendado pela nutricionista. Prefere substituí-lo por pequenas quantidades de queijo amarelo (tipo prato ou mussarela).

É interessante notar que as mudanças alimentares tanto na família de Eliana quanto na de Fátima ocorreram apenas com as mães da casa. Na família de Eliana, apenas ela e sua mãe buscavam uma alimentação mais saudável, que proporcionasse perda de peso e controle do colesterol. Na família de Fátima, os produtos saudáveis eram apenas para o consumo dela. Deste modo, alimentos como pão branco, refrigerante e margarina comum continuavam a fazer parte da despensa da casa, para serem consumidos pelos outros membros da família.

Nos casos citados, fica claro que o gosto do alimento é importante para seu consumo: a “*alimentação saudável*” deve ser saborosa. O gosto é, portanto, um dos determinantes da preferência:

Tendemos a comer (usar) lo que preferimos y tendemos a preferir lo que nos gusta. Sin embargo, mientras que la disponibilidad, el precio e la conveniencia aparecen como determinantes críticos del uso, no lo son de la preferéncia o del gusto. Que um alimento se perciba como benéfico para la salud puede constituir um determinante

decisivo de la preferencia o del uso, pero puede tener poco que ver com el gusto. (Rozin, 1995: 87)

Segundo Bourdieu (1979), o gosto alimentar depende, além de outros fatores, da idéia de que cada classe social faz do corpo e dos efeitos dos alimentos sobre este, além das categorias empregadas para avaliar seus efeitos, como força, saúde e beleza, entre outras. Neste sentido, o corpo seria a objetivação de um gosto de classe. De acordo com o autor, as classes populares privilegiariam os alimentos de pouco preço e bastante nutritivos, já que valorizam mais a “força” do corpo masculino que a sua “forma”. Por outro lado, as outras classes prefeririam os alimentos saborosos, bons para a saúde e que não engordam.

Em minha etnografia no Morro da Caixa, porém, verifiquei uma preocupação constante com a “*alimentação saudável*”, tanto nas camadas médias quanto nas populares. Ainda que acreditem que os homens necessitam consumir comidas “*fortes*”, como feijão e carne, há a preocupação com a saúde, principalmente com o colesterol. No entanto, apenas as mulheres fazem dietas alimentares e desejam emagrecer. Entre elas, é maior o consumo de saladas nas refeições.

Giddens (1993) afirma que as dietas alimentares estão relacionadas ao desenvolvimento da nutrição como ciência e, por essa razão, ao que Foucault denomina como poder disciplinar. Mas, segundo o autor, é também consequência da reflexividade característica das sociedades da alta modernidade. Para Giddens, os distúrbios alimentares substituíram, na época atual, a histeria como patologia de épocas passadas, e, sem surpresa, afetam principalmente as mulheres, que exercem papel central na transformação da intimidade. “A dieta associa a aparência física, a auto-identidade e a sexualidade no contexto das mudanças sociais que os indivíduos lutam para enfrentar. Os corpos emagrecidos não mais atestam uma devoção extática, mas a intensidade desta batalha secular” (1993: 43). Neste sentido, a comida da tv que se come no Morro da Caixa estaria “falando” de gênero e de famílias, mas apontaria também para possíveis transformações destas.

Educando para o consumo

As relações entre televisão e consumo não se restringem apenas aos intervalos comerciais nem aos *merchandisings* exibidos nos programas. Hamburger (2005) sugere que as telenovelas ajudaram a legitimar a idéia de que a ascensão social no Brasil se dá através da posse de bens de consumo. A exibição de diversos tipos de produtos nestes programas realiza também uma função pedagógica: informa às classes que não podem adquiri-los quais produtos utilizados, como e para quê são usados – um conhecimento considerado fundamental na inclusão social destas pessoas (Hamburger, 2005: 83).

Esta mesma função pedagógica é exercida pelos programas de culinária. Assistir a estes não implica grandes mudanças na alimentação das famílias pesquisadas, conforme foi observado. Os programas de culinária são fontes de novas receitas e formas de preparação da comida, assim como os vizinhos, familiares, colegas de trabalho e outros indivíduos que constituem as diversas redes de sociabilidade. No entanto, os programas realizam uma educação para o consumo, na medida em que tornam conhecidos novos produtos e a maneira de utilizá-los, aumentando o repertório de possibilidades de compra dos telespectadores. Como afirma Rocha, a mídia cria “um processo permanente de socialização” para o consumo:

A cultura de massa – mídia, *marketing*, publicidade – interpreta a produção, socializa para o consumo e nos oferece um sistema classificatório que permite ligar um produto a cada outro e todos juntos às nossas experiências de vida. (Rocha, 2006: 17)

Márcia é dona-de-casa. Mora no Morro da Caixa com o marido e os filhos gêmeos, de seis anos, há três anos, desde que a situação financeira da família piorou, e teve que sair do apartamento em que morava no centro da cidade, local conhecido como lugar de classe média alta. Márcia não considera as receitas dos programas de culinária, assim como outras de revistas e jornais, difíceis e complicadas. Segundo ela, as receitas são “*simples*”. “*Às vezes, só os nomes são complicados e diferentes*”. E me deu exemplos, mostrando seu caderno de receitas, repleto de recortes de receitas de revistas. O sofisticado “*penne ao*

molho de queijo Gruyère”, para ela, é “*só um macarrão com molho branco*”. Do mesmo modo, “*rigatoni*”, também mostrado no programa da Ana Maria, é “*um macarrão furado*”. A dona-de-casa me contou que, certa vez, quis fazer uma receita, mas não conhecia um dos ingredientes. Perguntou nos supermercados o que era, e ao irmão, cozinheiro aposentado do quartel. Ninguém sabia. Mas acabou descobrindo que era apenas um tipo de salsão “*com nome complicado*”.

Márcia assistiu ao programa da Ana Maria quando a apresentadora ensinou a fazer churros. Anotou a receita, que estava em um pedaço de papel, todo rabiscado pelos filhos pequenos, em meio a seu caderno de receitas. Ainda não tivera tempo de passar a receita a limpo. Márcia, que adora churros, contou-me que, para fazê-lo é preciso ter uma máquina para modelar a massa. Disse-me entusiasmada: “*em São Paulo [onde o programa Mais Você é gravado], a máquina de churros custa 23 reais. Aqui deve ser bem menos.*”

Os programas de culinária mostram a necessidade de possuir certos produtos para se preparar a comida. Dona Antônia quer comprar uma panela de barro, disse-me quando assistíamos Ana Maria Braga preparar o “*Arroz de Braga*” utilizando este utensílio. A apresentadora informou que, em supermercados, deve estar a venda por “*quatro ou oito reais*”. Dona Antônia lembrou que aprendeu com Ana Maria que é melhor cozinhar feijão em uma panela de barro, e com esta aberta, “*pra engrossar*”. “*A gente sempre faz na panela de pressão...*” Luzinete adorou a receita de pudim que é preparado na panela de pressão. Mas sabe que a panela de pressão que possui não é adequada para preparar o doce, já que a “*boca*” de sua panela é estreita, e não permite a entrada de uma forma maior de pudim. Assim, a dona-de-casa tem que preparar o pudim em menor quantidade, que caiba em pequenas formas. Luzinete disse-me que perdeu um pouco do interesse em comprar os utensílios mostrados nos programas de culinária. “*Antes, via coisas na tv e ia comprar*”. Já comprou aparelho para churros, cilindro (para fazer massa de pastel) e outra máquina para preparar crepes.

Dona Isabel, que não costuma assistir aos programas de culinária, contou-me que, certo dia, ao ver o programa da Ana Maria, aprendeu a fazer “*um ovo batido frito, que fecha como um sanduíche, recheado com mortadela*”. A senhora me informou que a receita precisa ser preparada “*naquela frigideira que não gruda*”, a anti-aderente. Além destes utensílios de cozinha, considerados importantes para a preparação das receitas, o forno

elétrico – sempre presente nos cenários dos programas de culinária – foi o eletrodoméstico mais citado por minhas informantes. Nenhuma delas possui um. Ivete, ao me passar a receita de “*pão-de-ló*” que aprendeu a fazer com Ana Maria, disse-me que já havia preparado o bolo, mas que este, apesar de ter ficado muito bom, não ficou com a superfície lisinha, como o da televisão, porque não tinha sido assado em um forno elétrico.

O forno elétrico é um eletrodoméstico que Dona Ana Redonda tanto deseja. Como informei na primeira sessão deste capítulo, a aposentada até participou de uma promoção do antigo programa de Ana Maria Braga para ganhar um. Dona Ana Redonda demonstra desejo em experimentar certas comidas que assiste na tv e que não conhece. Pediu à nora que comprasse damasco, que via como ingrediente de recheios de tortas. Não gostou. “*Mal empregado o dinheiro*”. Também sentiu vontade de comer churros. Mas, ao invés de prepará-lo em casa, pediu ao neto que lhe comprasse um em uma das barraquinhas de vendedores que há no centro da cidade. Assim como o damasco, também não aprovou o gosto do doce.

Em um almoço de domingo, Dona Ana Redonda preparou para os filhos e netos outra comida que quis experimentar. O “*macarrão de arroz*” havia sido mostrado alguns dias antes em uma receita do programa da Ana Maria. A novidade não agradou a família. As sobras foram dadas para a família de Dona Juraci, que apreciou a comida. Percebe-se que o fato do produto ser conhecido interfere no interesse que as telespectadoras demonstram pela receita. Mas, enquanto as telespectadoras de camada popular não anotam as receitas com produtos que não costumam comprar, as telespectadoras de camadas médias mostram-se mais propensas em adquirir o produto. No entanto, os programas de culinária oferecem-se como fontes de informação destes produtos, tornando-os conhecidos pelas mulheres das duas camadas sociais. Dona Madalena assistiu ao programa que ensinava a preparar um prato com “*macarrão de arroz*”. Descartou a receita porque achou o produto caro, conforme o preço informado pelo programa (um pacote de macarrão custa em torno de cinco reais). Eliana não gostou da receita de “*Sopa de Marmelo*”, que passou no *Mais Você*. Mas aprendeu que marmelo é “*uma fruta verde maior que o limão*”. Até então, só conhecia vara de marmelo, “*vendida em casa de umbanda*”. Da mesma forma, Sônia descobriu o que é ossobuco, carne que se interessou em comprar para preparar a receita do programa. Dona Ana Redonda, assistindo ao programa *Hoje em dia*, da Rede

Record, ficou sabendo que, para congelar alimentos e, dessa forma, fazê-los durar mais, utiliza-se um aparelho que tira o ar das embalagens com uma pequena mangueira. Ainda que não demonstre interesse em comprar o equipamento, a aposentada sabe que, com a ajuda do aparelho a comida congelada pode ser conservada melhor por mais tempo.

É importante salientar aqui um aspecto descrito na sessão anterior deste capítulo. Duas de minhas informantes adquiriram o livro “*Medicina de A a Z*”, que ficaram conhecendo através dos programas de tv. Não o compraram por telefone, como informava o anúncio, mas em banca de jornal e através de vendedores ambulantes. Da mesma maneira, outra informante adquiriu o “*Grill Família*”, também anunciado pela televisão e vendido por telefone, em uma loja do centro da cidade. A televisão tornou esses produtos conhecidos pelas mulheres, que não o compraram imediatamente, nem da forma anunciada pela propaganda. A compra aconteceu quando identificaram o produto em outros momentos de seu cotidiano.

Consumo é bom para pensar

Pensar o consumo – tanto o da mensagem televisiva quanto o de bens materiais – exige que se afaste a visão de que se trata de uma atividade irracional. O consumo serve para pensar (Canclini, 2006; Douglas, Isherwood, 2006). Para Douglas e Isherwood (2006), os bens “comunicam”, já que constituem um sistema de informações. Há, deste modo, uma lógica cultural subjacente a todas as práticas de consumo. Os bens são, para estes autores, “acessórios rituais”, cuja função essencial é a capacidade de fixar sentido, contendo um fluxo de significados possíveis dos acontecimentos.

Como resume Rocha, “os bens são investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar idéias, fixar e sustentar estilos de vida” (2006: 08). Neste sentido, podemos pensar de que forma a aquisição de produtos, ou o desejo de adquiri-los, podem estar relacionados a certos valores. O *Grill Família* é tão elogiado por

Eliana por sua rapidez e praticidade – características, como observado no Capítulo 2, da modernidade. Da mesma maneira, podemos pensar o desejo de se adquirir o forno elétrico. Também como já apontado anteriormente, os equipamentos para cozinhar os alimentos – fogão a lenha, fogão elétrico – o pertencimento a uma determinada época ou a uma camada social. Assim, o consumo é analisado não por sua razão puramente utilitária ou economicista.

Outra interpretação possível para o consumo é trazida por Campbell (2001). Para este autor, o surgimento do consumismo moderno estaria estritamente relacionado à ética romântica, que incentiva a busca do prazer e valoriza o indivíduo. A individualidade dos gostos dos filhos é uma dos fatores que define as decisões alimentares tomadas pelas mães, que preparam a comida. O hedonismo também aparece com bastante relevância na alimentação. A comida deve proporcionar prazer, como mostra Eliana nas escolhas dos produtos que farão parte de sua dieta.

A classificação de algumas comidas como “*comida de rico*” demonstram a relevância de se considerar o consumo como lugar de distinção social (Bourdieu, 1979; Martín-Barbero, 1995).

“[...] o consumo é o lugar da diferenciação social, por antonomásia. É o lugar da distinção simbólica, por meio não só do que consumimos materialmente, mas, sobretudo, dos modos de consumir. Creio que isto todos sabem: o consumo é um lugar de diferenciação social, de demarcação das diferenças, de distinções, de afirmação da distinção simbólica.” (Martín-Barbero, 1995: 61)

Bourdieu sugere a relação entre consumo e estilo de vida:

“(...) o estilo de vida popular se define tanto pela ausência de todos os consumos de luxo, uísque ou quadros, champanhe ou concertos, cruzeiros ou exposições de arte, caviar ou antiguidades, quanto pelo fato de que esses consumos nele estão, entretanto, presentes sob a forma de substitutos tais como os vinhos gasosos no lugar do champanhe ou uma imitação no lugar do couro, indícios de um desapossamento de segundo grau que se deixa impor a definição dos bens dignos de serem possuídos” (1994: 100).

Não se pretende aqui esgotar as possibilidades de se pensar antropológicamente o consumo. É um esboço que permite vislumbrar o ato de consumir (ou não consumir) como significativo para entender a(s) sociedade(s) contemporânea(s). Como mostram minhas observações, o consumo da mensagem televisiva aparece relacionado ao consumo de outros produtos. É esta relação que define uma receita como “*acessível*” ou como “*comida de rico*”. É também a partir destas receitas que as telespectadoras estabelecem uma relação de alteridade, identificando a comida que preparam como mais “*simples*”.

Conclusão

Este trabalho traz três temáticas que, ao longo da história da Antropologia, foram mais ou menos prestigiadas, e tratadas sob os mais variados enfoques. Uma delas é a alimentação, que conquistou a legitimidade de objeto de pesquisas sócio-antropológicas (Poulin, 2004). É reconhecidamente marcadora de identidades e grupos sociais (Fischler, 1992), tem dimensão socializante (Simmel, 2004), e está relacionada à família, ao gênero (Woortmann, 1986) e à memória (Maciel, 2001).

Outra temática é a televisão, que acreditavam ter grande força persuasiva sobre os espectadores (Adorno, 1973; Adorno, Horkheimer, 1999). A crença em seu poder foi minimizada por estudos que garantem a possibilidade de múltiplas leituras de um mesmo texto (Martín-Barbero, 2003). Os telespectadores passaram a ser considerados agentes no processo comunicativo, e a terem uma relação dialógica – e não mais passiva – com os meios.

O consumo, que assim como a televisão era abordado sob enfoques mais pessimistas, ligado ao poderio de grandes corporações e à irracionalidade dos consumidores, foi também reconceitualizado. Teorias mostram que o consumo distingue grupos sociais e estilos de vida (Bourdieu, 1979, 1994; Caclini, 2006), e pode ser visto como “ato de comunicação” (Douglas, Isherwood, 2006).

Hoje considera-se que não apenas a comida é “boa para pensar”, como afirmou Lévi-Strauss (1997), mas também a televisão (Prado, 1987) e o consumo (Canclini, 2006). Nesta dissertação, estas três temáticas foram pensadas em um mesmo contexto de pesquisa: o Morro da Caixa. O bairro, conhecido no município de Tubarão como local de residência de famílias pobres, “engloba” (nos termos de Dumont, 1997) as relações entre elemento e conjunto de uma forma mais ampla. É nele que encontramos moradores que denominei como sendo de camadas populares e de camadas médias, seguindo critérios que buscavam tratar da complexidade das relações (entre famílias, entre membros de uma mesma família, entre vizinhos, entre moradores de bairros diferentes etc) envolvidas.

Ainda que a família seja central para se pensar televisão (Martín-Barbero, 2003) e alimentação (Woortmann, 1986), é preciso destacar aqui o papel das mulheres. Os programas com quadros de culinária “falam”, na maior parte do tempo, diretamente para as mulheres, o que pode ser evidenciado na fala dos apresentadores, que as tratam com intimidade, como se fossem suas “amigas”. Estas mulheres têm uma posição específica dentro de suas famílias: são as mães.

No Morro da Caixa, as mães são as principais responsáveis pela alimentação dos membros de sua família. São elas as conhecedoras dos gostos do marido e de cada filho. Este conhecimento confere-lhe um certo poder, principalmente em relação às noras. No entanto, não se pode esquecer da posição de inferioridade em que se colocam, pois a comida que preparam deve atender as preferências dos demais membros da família.

Os discursos de minhas interlocutoras também me fizeram pensar em oposições que ajuda a entender o contexto da pesquisa: o tradicional e o moderno, o rural e o urbano. Em suas falas, as mulheres qualificavam a comida de suas mães, provenientes da zona rural, de “*grosseira*” e “*pesada*”. Esta comida opõe-se a de hoje, que deve ser “*prática*” e “*rápida*”. Vivem no tempo de quem “*não pode mais perder tempo na cozinha*”, mesmo as donas-de-casa que não trabalham fora. É também o tempo das individualidades, em que “*cada um tem seu gosto*” e deve ser respeitado. Para isso, podem contar com a ajuda dos novos eletrodomésticos, que podem ser pensados como elementos de inclusão na modernidade. Muitos destes produtos tornam-se conhecidos através dos programas de televisão.

As mulheres, como mostram diversos estudos, têm sido o alvo preferencial dos anúncios publicitários, pois acredita-se que seja delas a maior parte das decisões referentes ao consumo da família. Propus pensar aqui as relações entre televisão e consumo que estão no próprio conteúdo dos programas de culinária, para além da publicidade. Quando assistem a estes programas, as mulheres “aprendem” sobre novos produtos e alimentos que desconheciam, seu modo de utilizá-los ou prepará-los. As telespectadoras podem não comprar estes produtos ou não ter acesso a eles. No entanto, os programas televisivos aumentam o repertório de possibilidades de compra das consumidoras familiarizando-as com produtos antes desconhecidos: novos alimentos industrializados, eletrodomésticos, ou frutas e verduras de outros lugares. Algumas de minhas interlocutoras passaram a se interessar pela Internet através dos programas de culinária, para ter acesso às receitas que

não puderam anotar. Pediam aos filhos, que tinham acesso exclusivo ao computador na família, para procurar as receitas pelas quais se interessavam.

A recepção dos programas de culinária também mostrou distinções sociais. Nem as mulheres de camadas médias nem as de camada popular reconhecem nestes programas sua alimentação cotidiana. Ao assistirem ao programa de culinária, estabelecem uma relação de alteridade: as telespectadoras vêm na televisão a comida do “outro”. No entanto, para as mulheres de camada popular, esta diferença é ainda mais acentuada: a comida da tv é a “*comida de rico*”. É em comparação a esta comida que classificam o que preparam diariamente como “*simples*”. Ainda que digam que a “*comida de rico*” tem gosto duvidoso ou ruim, reconhecem nela uma superioridade em relação ao que consomem.

Minhas interlocutoras disseram-me preparar a comida ensinada na tv quando esta é “*simples*” e “*fácil*”. Mas o “*simples*” e o “*fácil*” têm significados diferentes de acordo com as condições econômicas, o capital cultural, a trajetória de cada uma delas. Fatores como o tipo e a quantidade de ingredientes e o acesso a eles influenciam no interesse pela receita. Retomo aqui um exemplo de meu trabalho de campo que é bastante representativo destas diferenciações. Sônia ficou conhecendo o ossobuco assistindo ao programa de Ana Maria Braga, e teve vontade de prepará-lo, pois, para ela, era “*simples*” e “*fácil*”. Já Luzinete lembrou-se desta carne muito apreciada por seu pai e preparada por sua mãe quando era criança e morava na zona rural com a família. Luzinete não se interessou pela receita, nem classificou como “*simples*” e “*fácil*”, pois foi preparado de “*um jeito todo chique*” e “*muito cheio de coisa*”.

Os hábitos alimentares de indivíduos ou de um grupo não são facilmente modificados. As receitas ensinadas pelos programas de televisão só são preparadas pelas mulheres quando são viáveis (segundo critérios econômicos) e respeitam sua gramática culinária. O fato de poderem preparar a receita faz parte do prazer e do interesse em assistir a estes programas, que são vistos nos intervalos dos trabalhos domésticos das donas-de-casa. Quando a “*comida de rico*” era ensinada na tv, muitas mulheres de camada popular demonstravam irritação e um sentimento de exclusão. Se a receita é “*simples*” e “*fácil*”, é preparada e deve ser aprovada pelo marido e pelos filhos para ser feita novamente. Então a receita passa a fazer parte do caderno de receitas, junto com outras de parentes, vizinhas e amigas, e circula através do empréstimo deste caderno.

Sendo a comida uma das dimensões sócio-culturais mais relacionadas à identidade, à memória, à família, ao gênero e às camadas sociais, pode ser afetada pela mensagem televisiva? Minha dissertação mostra que sim, mas de modos peculiares. Nem tudo que é transmitido na tv é feito na cozinha da telespectadora. Categorias como “*rápido*”, “*prático*”, “*simples*”, “*fácil*” e “*saudável*” selecionam o que pode ser preparado. Assim, o conteúdo da mensagem televisiva confronta-se com outras mediações (Martín-Barbero, 2003) no percurso entre o estúdio de tv e a mesa das famílias do Morro da Caixa. Na abertura do programa *Mais Você*, a apresentadora Ana Maria Braga aponta para a câmera, sugerindo dirigir-se diretamente à telespectadora. No entanto, quando prepara uma receita, nem sempre esta é condizente com a realidade de quem a assiste.

Referências bibliográficas

ABU-LUGHOD, Lilá. “La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión”. *Etnografías Contemporáneas*. Año 1, 1 Abril/ 2005. pp. 57-90

ADORNO, Theodor W. “A Televisão e os Padrões da Cultura de Massa”. In: ROSEMBERG, Bernard; WHITE, David M. (orgs.) *Cultura de massa*. São Paulo, Cultrix, 1973.

ADORNO, Theodor W. "*O fetichismo na música e a regressão da audição*". Trad. de Luiz João Baraúna. Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. *Telenovela, Consumo e Gênero: "Muitas mais coisas"*, Bauru - SP, Anpocs / EDUSC: 2003.

ANG, Ien. *Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge, 1985.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. 6. ed. São Paulo: DIFEL, 1985.

_____. “Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine”. In: *Cahiers des Annales*, n.28., 1961. pp.977-986.

BATESON, Gregory. *Naven: A survey of the problems suggested by a composite picture of the culture of a New Guinea tribe drawn from three points of view*. 2nd edition. Stanford, CA: Stanford University Press: 1958.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BORELLI, Silvia Helena Simões.; PRIOLLI, Gabriel. *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus, 2000.

BOURDIEU, Pierre; MICELI, Sergio. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

_____. “Gostos de classes e estilos de vida”. In: ORTZ, Renato (org.) *Pierre Bourdieu*, São Paulo: Ática, 1994. pp 82-121

_____. *La Distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Editions de Minuit, 1979.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CULLER, Jonathan. *Teoria Literária: Uma Introdução*. São Paulo, Beca Produções Culturais Ltda: 1999.

DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

_____. *O que faz o Brasil, Brasil?*. 9. ed Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

DE LAURETIS, Teresa. *Technologies of gender: essays on theory, film, and fiction*. Bloomington: Indiana University Press, 1987.

DEMETERCO, S. *Doces lembranças: cadernos de receitas e comensalidade, Curitiba: 1900-50*. Dissertação (Mestrado em História) Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, 1998.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ: 2006.

DUARTE, Luiz Fernando. *Da vida nervosa: nas classes trabalhadoras urbanas*. Rio de Janeiro; J. Zahar Editor; Brasília: CNPq, 1986.

DUMONT, Louis. *Homo Hierarchicus: o sistema das castas e suas implicações*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1997.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.

_____. *Lector in fabula. A cooperação interpretativa nos textos narrativos*. São Paulo, Perspectiva, 1986.

_____. *Conceito de texto*. SP: EDUSP, 1984..

FISCHLER, Claude. *L'Homnivore*. Paris, Odile Jacob: 1992.

_____. “Gastro-nomía y gastro-anomía: sabiduría Del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación contemporánea”. In: CONTRERAS, Jesús. *Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.

FISKE, John. *Television Culture*. London; New York: Routledge, 1987.

FONSECA, Claudia. *Caminhos da Adoção*. São Paulo: Cortez, 1995.

_____. *Família, fofoca e Honra*. Etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares. Porto Alegre: Ed. Univerdade/UFRGS, 2000.

- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Editora Zahar: 1978.
- GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.
- GINSBURG, Faye D.; ABU-LUGHOD, Lila; LARKIN, Brian. *Media worlds: anthropology on new terrain*. Berkeley: University of California Press, 2002.
- GOFFMAN, Erving. *Estigma : notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, c1988
- GOODY, Jack. *Cocina, cuisine y clase: estudio de sociologia comparada*. Barcelona: Gedisa, 1995.
- HALL, Stuart. “Encoding/ Decoding”. In: HALL, Stuart. *Culture, Media & Language*. London & New York, Routledge, 1992a: 128-138.
- HAMBURGER, Esther. “A construção da verossimilhança nas telenovelas brasileiras”. In: TRAVANCAS, Isabel, FARIAS, Patrícia (org.) *Antropologia e Comunicação*. Rio de Janeiro, Garamond: 2003.
- _____. *O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- HEILBORN, Maria Luiza. “Gênero e condição feminina: uma abordagem antropológica”. In: *INSTITUTO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL*, Rio de Janeiro. Escola Nacional de Serviços Urbanos. Núcleo de Estudos Mulher e Políticas Públicas. *Mulher e políticas públicas*. Rio de Janeiro, 1991.p.23-37.
- HOBSON, Dorothy. “Housewives and the mass media”. In: HALL, Stuart. *Culture, media, language*. London :Routledge, 1980.
- HOGGART, Richard. *The uses of literacy: aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments*. Harmondsworth: Penguin Books, 1973.
- HORKEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *A Indústria Cultural: O Iluminismo como Mistificação de Massa*. In: ADORNO, Theodor (et alli). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2002.
- KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- LEAL, Ondina Fachel. *A Leitura Social da Novela das Oito*, Petrópolis, Vozes: 1986.
- _____. “Etnografia de audiência: uma discussão metodológica” In: SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense: 1995.

LÉVI-STRAUSS, Claude. "Le triangle culinaire". In: *L'Arc*, no. 26, 1965. pp. 19-29

_____. *O cru e o cozido*. São Paulo: Editora Cosac & Naify, 2004.

_____. *O pensamento selvagem*. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1997.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 2. ed São Paulo: SENAC, 2000.

MACIEL, Maria Eunice. "Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?". *Horizontes antropológicos*. Porto Alegre, v. 7, n. 16, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832001000200008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 21 Jan 2007.

MAFFESOLI, Michel. *O Mistério da Conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ: 2003.

_____. "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social" In: SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense: 1995.

MARCUS, George; FISHER, Michael. *Antropology as Cultural Critique: Na Experimental Moment in the Human Sciences*. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MIRA, M. Celeste: "O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar", *Cadernos Pagu*, número 21, 2003.

MODLESKI, Tania. *Loving with a Vengeance: Mass-produced fantasies for women*. New York, London: Routledge, 1988.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. *Cultura de massas no século XX - Neurose*, 3ª ed., R. J., Forense-Universitária, 1975.

MORLEY, David. *Family Television: Cultural power and domestic leisure*. New York: Routledge, 1999.

- ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato, BORELLI, Silvia e RAMOS, José Mário Ortiz. *Telenovela: História e Produção*. São Paulo, Brasiliense: 1988.
- POULIN, Jean-Pierre. *Sociologias da Alimentação: Os comedores e o espaço social alimentar*. Fpolis, UFSC: 2004.
- PRADO, Rosane. “Televisão, poderosa mas não tanto: cidade pequena, mulher e televisão” In: ECKERT, Cornelia e MONTE-MÓR, Patrícia (org.). *Imagem em Foco: novas perspectivas em antropologia*. Porto Alegre, E. Universidade/UFRGS: 1999.
- _____. *Mulher de Novela e Mulher de verdade: Estudo sobre cidade pequena, mulher e telenovela*. Dissertação (Mestrado) – UFRJ – Museu Nacional, Rio de Janeiro, 1987.
- “Qual o feijão mais popular do Brasil”. Revista *Superinteressante*, ed. 204, set. 2004.
- RADWAY, Janice. *Reading the Romance: women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill: University of North Caroline Press, 1991.
- RIAL, Carmen Silvia. *Mar-de-dentro: a transformação do espaço social na lagoa da Conceição*. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, 1988.
- _____. “Fast-foods: A nostalgia de uma estrutura perdida”. In: *Horizontes antropológicos*. Porto Alegre, Ano 2, n. 4, 1996. pp. 94-103
- ROCHA, Everardo. “Apresentação”. In: DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ: 2006.
- ROZIN, Paul. “Perspectivas psicobiológicas sobre las preferências y aversiones alimentarias”. In: CONTRERAS, Jesús. *Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- _____. “O ‘pessimismo sentimental’ e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um ‘objeto’ em via de extinção (parte I)”. *Mana*. Abril de 1997, vol.3, no.1, pp.41-73.
- SAMAIN, Etienne. “Gregory Bateson: Rumo a uma epistemologia da Comunicação”. In: *Ciberlegenda*, número 5, 2001.
- SCOTT, Joan. “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”. *Revista Educação e Realidade*, Porto Alegre, v.15, n.2, p.5-22, 1990.

SHANON, C., WEAVER, W. *The mathematical Theory of Communication*. Illinois: University of Illinois Press, 1949.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. "From the imperial family to the transnational imaginary: media spectatorship in the age of globalization". In: WILSON, Rob; DISSANAYAKE, Wimal (Ed.). *Global-Local: Cultural Production and the Transnational Imaginary*. London: Duke University Press, 1996.

SOUSA, Mauro Wilton. "Recepção e comunicação: a busca do sujeito". In: SOUSA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense: 1995.

SIMMEL, Georg. "Sociologia da Refeição". *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, no. 33, 2004. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/375.pdf>> Acesso em: 08 de dezembro de 2006.

_____. "A Sociologia do Segredo e das Sociedades Secretas". Tradução de Simone Maldonado. João Pessoa, 2002.

VELHO, Gilberto. *A utopia urbana : um estudo de antropologia social*. 6a. edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

_____. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. 6 .ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

WAIZBORT, Leopoldo. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo: Editora 34, 2000.

WEBER, Max. "Sociologia da Imprensa: um programa de pesquisa". *Lua Nova*, nos. 55-56, 2002. pp.185-194.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade : 1780-1950*. São Paulo: Comp. Ed. Nacional, 1969.

WINKIN, Yves; SAMAIN, Etienne (Org.). *A Nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas, SP: Papirus, 1998.

WOORTMANN, Klaas. "A Comida, a Família e a Construção do Gênero Feminino". *Revista de Ciências Sociais*, 29 (1), 1986, pp.103-30.

_____. *A família das mulheres*. São Paulo, Biblioteca Tempo Universitário: 1987.

_____. "Casa e família operária" in *Anuário Antropológico 80*. Fortaleza / Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro / UFCE., 1982.

ZALUAR, Alba. "As mulheres e a Direção do Consumo Doméstico". In: ALMEIDA, M.S.K. e outros. *Colcha de Retalhos*. São Paulo, Brasiliense: 1982.

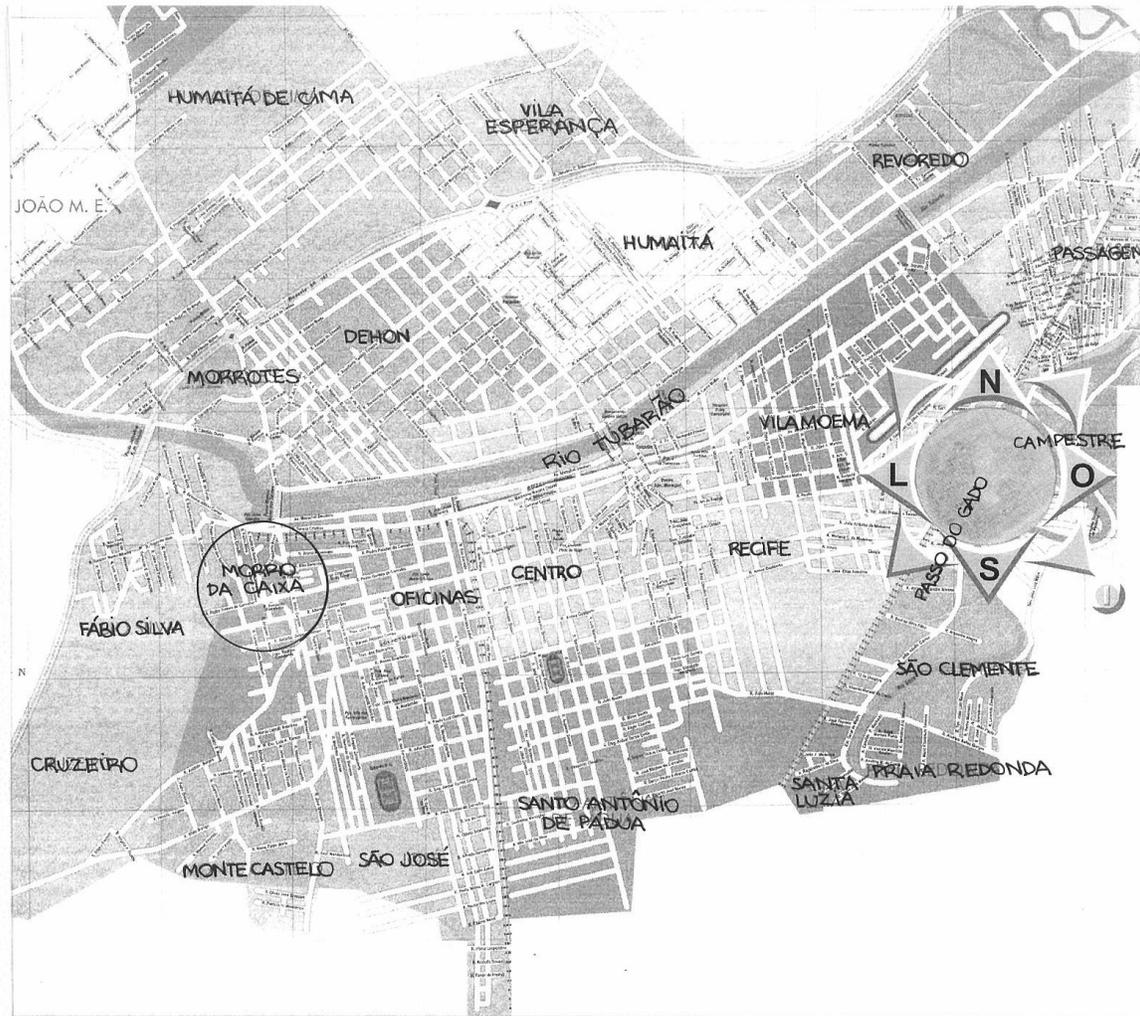
Anexos

Mapa 1 – Estado de Santa Catarina



Fonte: www.guianet.com.br/sc/mapasc.gif

Mapa 2 – Município de Tubarão



Fonte: www.tubarao.gov.br

Receitas

Chiclete de Frango

- 3 colheres (sopa) de azeite de dendê
- 1 cebola grande picada
- 3 dentes de alho amassadinhos
- Alecrim debulhado a gosto
- 1 kg de peito de frango cortado em cubinhos e temperado com sal, suco de ½ limão e pimenta vermelha picada a gosto
- 250 ml de água
- 1 cálice de conhaque (para flambar)
- 300 g de queijo provolone ralado grosso
- 300 g de queijo mussarela ralado grosso
- 400 g de queijo cremoso (de caixinha)
- 100 g de queijo parmesão ralado médio
- Folhas de coentro a gosto
- 1 lata de creme de leite com soro

Para o chiclete de camarão:

- 3 colheres (sopa) de azeite de dendê
- 1 cebola pequena
- 3 dentes de alho amassadinhos
- 1 kg de camarão médio (temperado com sal, suco de ½ limão e pimenta vermelha picada a gosto)
- 1 cálice de conhaque (para flambar)
- 300 g de queijo provolone
- 300 g de queijo mussarela
- 400 g de queijo cremoso (de caixinha)
- 100 g de queijo parmesão ralado médio
- Folhas de coentro
- 1 lata de creme de leite com soro
- Sal a gosto
- Queijo mussarela a gosto

Modo de preparo:

Numa panela, em fogo médio com azeite de dendê, refogue por 15 min a cebola, dentes de alho amassadinhos, alecrim debulhado a gosto e o peito de frango cortado em cubinhos.

Junte água e cozinhe até secar todo o líquido.

Flambe o refogado de frango com conhaque.

Acrescente queijo provolone ralado grosso, queijo mussarela ralado grosso, queijo cremoso (de caixinha), queijo parmesão ralado médio, folhas de coentro a gosto e creme de leite com soro.

Mexa bem até derreter os queijos.

Acerte o sal (se necessário).

Transfira para um refratário (que possa ir ao forno) e leve para gratinar em forno pré-aquecido por 15 min.

Sirva com arroz branco e batata palha.

Rendimento: de 6 a 8 porções

Custo total da receita: entre R\$ 8,00 e R\$ 9,00

Opção: substitua o frango por camarão.

Para o chiclete de camarão:

Numa panela, em fogo médio com azeite de dendê, refogue por 15 min a cebola, os dentes de alho amassadinhos e o camarão médio.

Flambe o refogado de camarão com conhaque.

Acrescente queijo provolone, queijo mussarela, queijo cremoso (de caixinha), queijo parmesão ralado médio, folhas de coentro a gosto e creme de leite com soro.

Mexa bem até derreter os queijos.

Acerte o sal (se necessário).

Transfira para um refratário (que possa ir ao forno) e leve para gratinar em forno pré-aquecido por 15 min.

Sirva com arroz branco e batata palha.

Rendimento: de 6 a 8 porções

Custo total da receita: entre R\$ 9,00 e R\$ 11,00

Dicas da Ana:

- Para flambar o frango ou o camarão, é necessário, antes de mais nada, esquentar o conhaque direto no fogo (para isso, use uma concha). Quando pegar fogo, jogue na panela com o frango ou camarão.

- O apresentador Luciano Huck chegou na metade da receita e acompanhou a finalização. Ele classificou a receita como "bomba atômica", devido às calorias.

Receita exibida em 22 de março de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/culinaria.jsp?id=11096>

Ossobuco ao Molho de Hortelã

Ingredientes

- Farinha de trigo o suficiente para passar no ossobuco
- 3 ossobucos (700g a 800g amarrados com um barbante para não perder o formato)
- 1 colher (sopa) de óleo
- 2 cebolas picadas
- 1 talo de aipo picadinho
- 1 cenoura picadinha
- 1 alho-poró picado (só a parte branca)
- 1 xícara (chá) de vinho branco

- 1,5 litro de caldo de carne (2 tabletes de caldo de carne dissolvidos em 1,5 litro de água)
- 1 maço grande de folhas de hortelã picado grosseiramente
- Sal e pimenta-do-reino preta a gosto

Para o purê de mandioquinha:

- 300 g de mandioquinha descascada
- 1 tablete de caldo de galinha dissolvido em 250 ml de água
- 1 bouquet garni
- 2 colheres (sopa) de manteiga
- ½ cebola picadinha
- 2 dentes de alho picados
- 1 pitada de noz-moscada ralada
- 1 xícara (chá) de creme de leite fresco
- 3 colheres (sopa) de queijo parmesão ralado fino
- Sal a gosto

Modo de preparo:

Num prato raso, coloque farinha de trigo (quantidade suficiente).

Passe os ossobucos na farinha dos dois lados.

Transfira os ossobucos para uma panela de pressão com óleo e doure dos dois lados.

Retire os ossobucos da panela e reserve.

Na mesma panela de pressão, coloque as cebolas picadas, aipo picado, cenoura picada, alho-poró picado (só a parte branca) e refogue por 10 min.

Acrescente os ossobucos reservados e o vinho branco. Deixe o álcool evaporar.

Junte o caldo de carne, hortelã picado grosseiramente, sal e pimenta-do-reino preta a gosto.

Tampe a panela e cozinhe na pressão em fogo médio por cerca de 1 h ou até que a carne esteja macia.

Coe o molho numa peneira e retire os barbantes dos ossobucos.

Sirva o ossobuco com o molho coado e purê de mandioquinha.

Para o purê de mandioquinha:

Numa panela, cozinhe a mandioquinha descascada com o tablete de caldo de frango dissolvido em água e o bouquet garni por 20 min.

Coloque a mandioquinha cozida (ainda quente) num processador e faça o purê.

Numa outra panela em fogo médio, refogue a cebola picadinha, dentes de alho picados e noz-moscada na manteiga.

Junte o purê de mandioquinha com o creme de leite fresco e o queijo parmesão ralado fino.

Misture bem.

Acerte o sal.

Rendimento: 4 porções

Obs.

Ossobuco também é conhecido como músculo duro, músculo de segunda, músculo da perna e canela. Quando cortado com osso e tutano é chamado de ossobuco. Pode ainda ser

chamado de osobuco na Espanha, gîte na França ou shank na Inglaterra.

Dicas da Ana:

- Para Ana Maria, a carne mais saborosa é a de segunda.
- Você deve amarrar a carne em volta do osso para ela ficar com um formato determinado. Do contrário, ela desgruda do osso.

Receita exibida em 20 de fevereiro de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/culinaria.jsp?id=11067>

Vaca Atolada

Ingredientes

- 2 colheres (sopa) de óleo
- 1 kg de costela de vaca, cortada em pedaços pequenos (costela gaúcha)
- 2 cebolas médias picadas
- 4 dentes de alho amassados
- Sal e pimenta-do-reino a gosto (ou tempero pronto)
- 5 tomates sem sementes picados
- 6 colheres (sopa) de cheiro-verde picado
- 3 colheres (sopa) de aguardente
- Pimenta dedo-de-moça picada a gosto
- 2 folhas de louro
- 2 ½ litros de água quente
- 700 g de mandioca descascada, cortada em cubos (já cozida)

Modo de preparo

Numa panela (de preferência, de ferro) com óleo, frite a costela de vaca, cortada em pedaços pequenos, até dourar (mais ou menos 10 min).
Junte as cebolas, os dentes de alho e refogue.
Tempere com sal e pimenta-do-reino a gosto.
Adicione os tomates, o cheiro-verde picado, a aguardente, a pimenta dedo-de-moça picada a gosto, as folhas de louro e a água quente.
Deixe cozinhar por 50 min na pressão, em fogo médio (se necessário, acrescente mais água durante o cozimento).
Quando a costela estiver cozida, acrescente mandioca descascada cortada em cubos (já cozida).
Deixe cozinhar por cerca de 25 min ou até ficar cremoso (as costelas devem ficar "atoladas").
Acerte o sal, se necessário.

Rendimento: 6 porções

Custo total da receita: entre R\$ 4,50 e R\$ 5,50

Dica da Ana:

- Cuidado ao mexer os ingredientes, pois a panela fica muito quente.

Receita exibida em 10 de fevereiro de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/culinaria.jsp?id=11060>

Arroz de Braga

Ingredientes

- 2 colheres (sopa) de óleo
- 1 kg de pedaços de frango (coxa, sobrecoxa, peito e asa)
- 100 g de toucinho defumado cortado em cubos
- 2 paios sem a pele cortados em rodela
- 2 lingüiças portuguesas cortadas em rodela grossas (sem a pele)
- 4 tomates picados sem pele
- 3 xícaras (chá) de arroz lavado e escorrido
- Cheiro-verde picado a gosto
- Sal e pimenta vermelha picada a gosto
- 3 folhas de repolho rasgadas
- 6 xícaras (chá) de caldo de galinha (2 tabletes de caldo de galinha dissolvidos em 6 xícaras de chá de água)

Modo de preparo

Numa panela (de preferência de barro) em fogo brando, coloque o óleo e refogue os pedaços de frango, o toucinho defumado cortado em cubos, os paios sem a pele, cortados em rodela, e lingüiças portuguesas cortadas em rodela grossas (sem a pele).

Quando estiver bem corado, junte os tomates picados sem pele e deixe-os murchar.

Acrescente o arroz lavado e escorrido e refogue durante mais alguns minutos.

Junte o cheiro-verde picado a gosto, sal e pimenta vermelha picada a gosto.

Adicione o repolho e cubra com o caldo de galinha.

Acerte o sal, se necessário.

Deixe cozinhar em fogo brando cerca de 30 min ou até o arroz ficar macio.

Obs.: o arroz de Braga é mais gostoso quando bem úmido, isto é, com um pouco de caldo.

Rendimento: de 6 a 8 porções

Custo total da receita: entre R\$ 6,00 e R\$ 8,00

Dicas da Ana:

- Braga é uma cidade portuguesa.
- As folhas de repolho rasgadas parecem não fazer diferença, mas são elas que dão o sabor diferenciado a esse prato.
- Desligue o fogo um pouco antes de terminar os 30 min por que a panela de barro não pára de cozinhar na hora.

- Você pode colocar um fio de azeite por cima da receita para dar um toque especial.

Receita exibida em 15 de fevereiro de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/culinaria.jsp?id=11063>

Petit Gateau de Goiaba

Ingredientes

- ½ kg de goiabada lisa
- 200 g de manteiga derretida
- 100 g de açúcar
- 5 claras de ovos
- 10 gemas peneiradas
- 100 g de farinha de trigo peneirada

Modo de preparo

Numa tigela, misture a goiabada lisa com a manteiga derretida.

Em seguida, acrescente o açúcar e mexa.

Misture as claras de ovos, as gemas peneiradas e, por último, acrescente a farinha de trigo peneirada.

Mexa até virar uma massa homogênea.

Distribua esta mistura em forminhas individuais para petit gateau (ou para pudim) untadas e enfarinhadas e leve ao forno a 180°C por 12 min.

Rendimento: 10 porções

Dicas da Ana:

- Essa receita é feita, originalmente, com chocolate.
- Você pode preparar a mistura e guardá-la na geladeira por até dois dias. Depois, coloque no microondas e sirva normalmente (o petit gateau recupera a textura original).
- Você pode colocar a mistura em forminhas de quindim e servir como petit fours.
- A farinha deve ser incorporada na receita de forma gradual.
- Você pode servir esse petit gateau com sorvete de queijo ou de creme e calda de goiaba (mistura de goiaba com água).

Receita exibida em 14 de fevereiro de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/culinaria.jsp?id=11062>

Mensagens

Namoro depois dos 50 (amor maduro)!

Depois de meio século, o amor já percorreu estradas, dobrou esquinas e optou em encruzilhadas...

Já errou, já acertou, já deslizou, já se arrependeu e inevitavelmente o tempo se foi. Viveu-se o amor, perdeu-se o amor, alguns pelas mãos de Deus, outros pelo enfraquecimento do viver a dois.

Hoje, esse olhar em direção ao amor continua mais lindo, pois na longa caminhada dos sentimentos, aprendemos a somar, a dividir e a multiplicar, sem chances de diminuir no conhecimento do sentimento do amor.

O amor maduro chega de mansinho e se aloja em nossa vida, sem tempo para acabar. O caminhar a dois é mais sereno, a cumplicidade existe, o carinho é mais espontâneo, não nos inibimos diante do querer, a sintonia é completa e as lembranças são depositadas no álbum das saudades, que guardamos de um tempo que não volta mais.

Namorar nessa idade é carregar a ternura no olhar.

O brilho é mais intenso, a vontade de acertar é mais forte.

A construção do caminhar a dois é a soma do querer, é o encontro de duas almas aplaudidas por dois corações que dividem a emoção de amar.

As pequeninas atitudes, os gestos e os detalhes são os alimentos que sustentam este amor. Viver a dois é a alegria da companhia, do chamego dengoso, dos beijos calientes e experientes, dos insinuantes olhares quando o desejo se manifesta e a promessa no olhar de que em todo amanhecer, será o mais belo bom dia entre dois seres que encontraram o amor!

Mensagem do dia 28 de fevereiro de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/mensagem.jsp?id=16380>

É loucura

É loucura...

Odiar todas as rosas porque uma te espetou...

Entregar todos os seus sonhos porque um deles não se realizou...

Perder a fé em todas as orações porque numa não foi atendido...

Desistir de todos os esforços porque um deles fracassou...

É loucura...

Condenar todas as amizades porque uma te traiu...

Descrer de todo o amor porque um deles te foi infiel...

É loucura...

Jogar fora todas as chances de ser feliz porque uma tentativa não deu certo...

Espero que na sua caminhada não cometa estas loucuras!

Lembrando que sempre há uma outra chance...

Uma outra amizade...

Um outro amor...
Uma nova força...

É só ser perseverante
E procurar ser mais feliz a cada dia.

Mensagem do dia 10 de março de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/mensagem.jsp?id=16387>

Prepare-se para uma nova vida!

Quando um vizinho estaciona o carro muito encostado ao seu na garagem (ou pode ser na vaga do estacionamento do shopping).

Em vez de simplesmente entrar pela outra porta, sair com o carro e tratar da sua vida, você bufa, pragueja, esperneia e estraga o que resta do seu dia...

Eu acho que esta história de dois carros alinhados, impedindo a abertura da porta do motorista, é um bom exemplo do que torna a vida de algumas pessoas melhor, e de outras, pior...

Tem gente que tem a vida muito parecida com a de seus amigos, mas não entende por que eles parecem ser tão mais felizes.

Será que nada dá errado para eles? Dá aos montes.

Só que, para eles, entrar pela porta do lado, uma vez ou outra, não faz a menor diferença.

O que não falta neste mundo é gente que se acha o último biscoito do pacote.

Que "audácia" contrariá-los! São aqueles que nunca ouviram falar em saídas de emergência: fincam o pé, compram briga e não deixam barato.

Alguém aí falou em complexo de perseguição?

Justamente. O mundo versus eles. Eu entro muito pela outra porta e, às vezes, saio por ela também.

É incômodo, tem um freio de mão no meio do caminho, mas é um problema solúvel.

E como esse, a maioria dos nossos problemões podem ser resolvidos assim, rapidinho.

Basta um telefonema, um pedido de desculpas, um deixar barato.

Eu ando deixando de graça, para ser sincero.

Vinte e quatro horas têm sido pouco para tudo o que eu tenho que fazer, então não vou perder ainda mais tempo ficando mal-humorado.

Se eu procurar, vou encontrar dezenas de situações irritantes...

Gente idem!

Montes de pessoas que vão atrasar meu dia.

Então, eu uso a "porta do lado" e vou tratar do que é importante de fato.

Eis a chave do mistério, a fórmula da felicidade, razão porque parece que tão pouca coisa na vida dos outros dá errado.

Pense nisso!

E se prepare para uma nova vida!

Mensagem do dia 17 de abril de 2006.

Fonte: <http://maisvoce.globo.com/mensagem.jsp?id=16412>