



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Uma pitada de pimenta do reino numa receita tradicional: memórias afetivas em torno de uma maionese¹

Jorgiana Melo de Aguiar Brennand²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente artigo faz uma análise da percepção do alimento como um elemento agregador, capaz de transportar os homens a tempos e espaços remotos, resgatando lembranças adormecidas na memória, usando como objeto de estudo a maionese de pimenta do reino da dona Magnólia ou simplesmente, “maionese da dona Magnólia”. Um dos propósitos do trabalho é evidenciar as percepções de quatro pessoas que consumiam tal iguaria há 30 anos. O objetivo é mostrar como as lembranças antigas de um condimento podem ser capazes de reavivar sentimentos e interferir nos sentidos delas. Para cumprir tal objetivo, foram realizadas entrevistas em profundidade com essas pessoas, que costumavam consumir a famosa maionese de pimenta, objeto do presente trabalho.

Palavras-chave: Socialidade. Sociabilidade. Memória. “Estar Junto”. Consumo.

Introdução

Roberto Carlos na vitrola e barulho de ovos sendo quebrados. Calmamente vou à cozinha e lá está ela: cantarolando Roberto, vestido longo, Havaianas no pé e cabelo preso em um coque. Ela está sentada na enorme mesa da cozinha, em frente ao janelão que dá para o pequeno quintal, onde se vê um coqueiro. Assim contra o sol, ela parece mais bronzeada e loura.

Em cima da mesa, há pimenta do reino e ovos caipiras, cuidadosamente escolhidos na feira. “Sai daí, menina! Estou fazendo a maionese de pimenta do reino e você sabe que a receita é secreta e que não gosto que ninguém fique xeretando.” Saio desapontada, pois tento descobrir como se prepara essa maionese há meses e, mais uma vez, sou expulsa da cozinha. Olho o relógio e vejo que já passam das duas. Melhor me apressar. Max, Adriano, Valerya e Paulo devem chegar logo. O pretexto é estudar.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Subjetividade, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação, Arte e Cidade (CAC) da UERJ e professora do curso de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do IBMEC/RJ. E-mail: jorgianabrennand@uol.com.br.



No fundo, eles vêm mesmo é por causa das conversas e brincadeiras acompanhadas de lanches, onde a maionese ocupa um lugar de destaque.

Essa reunião de amigos é um pequeno exemplo de como a sociedade vive e se organiza através de reencontros, situações, experiências nos diversos grupos a que pertence cada indivíduo. E esses grupos se entrecruzam e são capazes de constituir simultaneamente uma massa indiferenciada e também caótica. São as relações entre os indivíduos que permitem essa interconexão, pois privilegiam o papel do afeto como responsável por esse agrupamento espontâneo. (MAFFESOLI, 2000)

E esse afeto também acaba responsável pela socialidade, que é representada pelas pessoas que compartilham hábitos, ideologias, ideais que determinam o estar-junto e permite que este sirva de proteção contra algum tipo de imposição. O estar-junto consiste, antes de qualquer outra determinação ou qualificação, “nessa espontaneidade vital que assegura a uma cultura sua força e sua solidez específicas.” (MAFFESOLI, 2000, p:115).

A socialidade é a forma lúdica da socialização. Lúdico percebido como: “... aquilo que nada tem a ver com finalidade, utilidade, ‘praticidade’, com o que se costuma chamar de ‘realidade’. É, ao invés, aquilo que estiliza a existência, que faz ressaltar as características essenciais desta”. (MAFFESOLI, 2000, p:115)

Os grupos de estudo na minha casa, apesar de sérios, tinham também um caráter lúdico: sempre havia brincadeiras e bate-papos à mesa regados a sanduíches com a famosa maionese de pimenta do reino. Era como se ela também contribuísse à solidariedade, ao sentimento de pertencimento e às emoções vividas em comum pelos cinco vestibulandos, incluindo eu. Nesse caso, o alimento parecia atuar como um dos principais vínculos do grupo, ampliando gradualmente aquele espírito de convivência que reúne a cada dia as diversas condições, fundindo-se num único todo, animando a conversação e suavizando os ângulos da desigualdade convencional. (BRILLAT-SAVARIN³, 1995)

A gastronomia também funciona como elemento agregador e é responsável, em muitos casos, pelo laço de ‘reciprocidade’ que se tece entre os indivíduos permitindo, segundo Maffesoli (2000), o entrecruzamento das ações, das situações e dos afetos.

³ Brillat-Savarin, nasceu na França no século XVIII, foi um jurista renomado, poeta, inventor, químico, músico, linguista e um dos gastrônomos mais importantes. Ele é autor do livro “A fisiologia do gosto”, tido como um marco da literatura gastronômica, lançado em 1825. O foco do autor é propor a gastronomia como ciência, em contraponto aos livros de receitas culinárias (SANTOS, 2005; ROSENTHAL, 1996).



O presente artigo se propõe a investigar como o alimento é percebido como esse elemento agregador, capaz de transportar os homens a tempos e espaços remotos, resgatando ou recriando lembranças adormecidas na memória. Para isso, usará o caso da maionese de pimenta do reino da minha mãe, dona Magnólia, procurando evidenciar as percepções de quatro pessoas que consumiam tal iguaria há 30 anos. O objetivo é mostrar como as lembranças antigas de uma comida podem ser capazes de reavivar sentimentos e interferir nos sentidos delas (BRILLAT-SAVARIN, 1995).

Optei por resgatar as lembranças associadas a essa maionese, por também serem minhas memórias. Afinal, o grupo se reunia na minha casa e minha mãe é a “dona Magnólia”, a responsável pelo molho. Quis recuperar, de alguma forma, a minha história e a de meus amigos.

Inicialmente pensei em fazer uma observação participante. Tal método logo foi descartado, pois o objetivo é buscar memórias relacionadas a um condimento consumido 30 anos atrás. Num segundo momento, cogitei a utilização de um questionário estruturado composto por questões abertas e fechadas. Mas, como o objetivo do artigo não é fazer uma pesquisa quantitativa, optei por uma entrevista em profundidade com Valerya, Max, Adriano e Paulo, que degustavam esse condimento, em 1988, na minha casa, quando eu ainda morava em Fortaleza (CE).

A entrevista em profundidade, por ser uma técnica dinâmica e flexível, é útil para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado. Esse método de pesquisa foi escolhido, pois não se pretende testar hipóteses ou dar tratamento estatístico às informações (DUARTE; BARROS, 2017). O objetivo é compreender uma situação ou estrutura de um problema. No caso do presente artigo, busco analisar o porquê da “maionese da Dona Magnólia” ainda ser lembrada pelos integrantes do grupo, já que uma das finalidades da pesquisa é observar se, assim como propôs Brillat-Savarin (1995), a ação dos alimentos interfere no estado de espírito do homem, bem como sobre seu julgamento e percepções mesmo tanto tempo depois.

Apesar de ser o método adequado, três entrevistados residem em Fortaleza (CE), outro mora em Natal (RN) e a entrevistadora, no Rio de Janeiro. A distância entre nós inviabilizaria uma entrevista pessoal com todos, apesar do uso do Skype ter sido pensado. Preferi criar um grupo de WhatsApp com todos os quatro entrevistados. Eles tinham de responder inicialmente um questionamento bem abrangente: “Qual lembrança você tem da maionese da dona Magnólia?”. O objetivo era permitir que as respostas fluíssem sem uma sequência predeterminada de questões ou parâmetros para as respostas. Dessa forma, eles conseguiriam falar abertamente sobre suas experiências, opiniões e percepções sobre



tal condimento. Essa pergunta também foi escolhida para permitir que eles se sentissem estimulados a fazer um relato sincero sobre a relação com tal molho. A partir desse questionamento inicial, com base nas respostas que surgiam, outras perguntas foram feitas.

Ovos e Azeite com tempero francês

Há várias versões para o surgimento da maionese. Na concepção dos franceses, ela surgiu por volta de 1756, quando a França venceu uma importante batalha da Guerra dos Sete Anos⁴, na ilha Minorca, na Espanha, e decidiu fazer um enorme banquete para comemorar. Dispondo de poucos ingredientes, o chef do Duque de Richelieu⁵, precisou improvisar preparando um condimento à base de ovos e azeite, já que na ilha de Minorca não havia creme de leite. Assim teria surgido a *mahonnaise*, em homenagem a seu local de nascimento, a cidade de Mahón (BERTOLINO, 2017).

Outra versão aponta que a maionese seria invenção espanhola e que o tal chef aprendeu a receita com a população local. Seja qual for a origem, o crédito pela evolução e popularização da maionese é mesmo de um francês, o chef Marie-Antoine Carême (1784-1833), que tornou o molho mais leve ao trocar o azeite de oliva por óleo vegetal de sabor neutro, mais fácil de emulsionar com as gemas. (BERTOLINO, 2017).

Um toque de pimenta do reino na receita de Carême

As maioneses normalmente são fabricadas com apenas três ingredientes: ovos, azeite e limão. Mas a da “dona Magnólia” é diferente. Essa senhora piauiense, hoje com 83 anos, tornou-se famosa entre os meus amigos por acrescentar à receita pitadas de pimenta do reino e, talvez, outros tipos de pimenta, já que se trata de um molho bem picante.

Quando lhe perguntavam o porquê da pimenta, sempre tinha a resposta na ponta da língua: “É para deixar um pouco ardido e com um toque levemente nordestino. Essa receita é diferente. Tem um toque especial e é quase uma obra de arte”, costumava falar toda orgulhosa.

⁴ A Guerra dos Sete Anos é considerada o primeiro conflito em escala mundial, envolvendo quatro continentes, América, Europa, África e Ásia. Disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/guerra-dos-sete-anos/>. Data de Acesso: 24/07/2017.

⁵ Nascido Armand Jean Plessis, o cardeal Richelieu foi um político francês nascido em Paris, que atuou como primeiro-ministro de Luís XIII. Disponível em: <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/Richilie.html>, acessado em 24/07/2017.



Essa ideia de que a receita se aproxima de uma obra de arte evidencia a percepção de que arte também envolve um pouco de especulação e prática. A especulação, percebida como conhecimento inoperativo das regras da arte. E prática, como uso habitual e não reflexivo das mesmas regras: “A arte é, portanto, um saber que opera fora do discurso esclarecido e que lhe falta. Mas ainda, esse saber-fazer precede, por sua complexidade, a ciência esclarecida.” (CERTEAU, 1994, p:129)

Minha mãe inseriu outros elementos a uma receita tradicional. Modificou-a. E essa nova forma de fazer se apresenta como um relato, já que não há registros de tal receita. É como se houvesse o retorno das práticas de narração (CERTEAU, 1994). Esse processo está ligado a um fenômeno mais amplo e historicamente menos determinado, que se poderia designar como estetização do saber implícito no saber-fazer:

Separado de seus procedimentos, este saber é considerado um ‘gosto’ ou um ‘tato’, quem sabe mesmo ‘genialidade’. A ele se emprestam os caracteres de uma intuição ora artística, ora reflexa. Trata-se como se costuma dizer, de um conhecimento que não se conhece. (CERTEAU, 1994, p: 133)

Hoje, devido ao Mal de Alzheimer⁶, a receita à base de pimenta do reino já não lhe é tão familiar. Como sempre fez questão de guardar os segredos dessa maionese, nunca permitiu que lhe vissem preparando-a. Por confiar apenas na memória, também nunca escreveu a receita em um caderno para que gerações futuras pudessem preparar o molho. Sei apenas que incluiu pimenta do reino e possivelmente outro tipo de pimenta à receita original. Mas, jamais indicou a quantidade a ser usada de cada ingrediente. Minha mãe deveria ter revelado tais segredos, assim como fez Maria Leocádia, abadessa do convento de Santa Clara de Évora. Em 1729, em uma espécie de caderno de receitas, ela revelou segredos de suas iguarias, mas com a condição de as informações não serem entregues a ninguém que não fosse do convento (DEL PRIORE, 2016). Minha mãe poderia ter compartilhado a receita em algum caderno com a condição de as informações não serem divulgadas para qualquer pessoa. O saber-fazer infelizmente, nunca foi compartilhado e hoje não passa de lembrança para quem a consumia como acompanhamento de lanches que ela sempre fazia questão de preparar.

Receita de felicidade à base de pimenta e queijo coalho

⁶ Minha mãe foi diagnosticada com Mal de Alzheimer em 2013.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Há 30 anos, a minha casa, localizada em Fortaleza (CE), servia de ponto de encontro para os meus amigos, que, assim como eu, preparavam-se para o vestibular. Geralmente, os encontros ocorriam uma vez por semana e sempre eram regados à base da maionese de pimenta. Mas, ela não era servida com batatas fritas, a exemplo do que acontece na França, Holanda e Bélgica (POULAIN, 2004). Lá em casa, ela acompanhava suculentos sanduíches calóricos preparados principalmente com queijo coalho refletindo um hábito cultural brasileiro de que maionese, mostarda e *ketchup* os acompanham. Mas, nos lanches preparados pela minha mãe apenas a maionese era permitida.

Naquela época não nos preocupávamos com equilíbrio alimentar. O que importava era o prazer à mesa. Para pensar a contemporaneidade, Lipovetski (2014) diz que na sociedade do hiperconsumo nos tornamos mais imprevisíveis e exigentes em relação à qualidade de vida, de comunicação e de saúde. Em 1988, os jovens tomavam refrigerante e adoravam comidas bem calóricas. Não que isso não exista mais, mas há uma maior conscientização por parte deles.

A fase descrita pelo autor é o da comercialização moderna das necessidades, orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva e emocional. Bem diferente da geração dos anos 1980, percebida como sociedade do desejo, onde a vida cotidiana encontrava-se impregnada por um “imaginário de felicidade alcançada através do consumo, de sonhos de praia, diversão erótica e modas ostensivamente jovens” (LIPOVETSKI, 2014, p: 31).

Respirávamos – e ainda respiramos – os resquícios do mito da criança eterna e do tempo dionisíaco, formados a partir da junção de todos os aspectos lúdicos, estéticos e inerentes a essa socialidade, marcada pelo princípio centralizador e unificador do estar-junto, construído a partir de reciprocidades e interações (MAFFESOLI, 2012).

O consumo de tal iguaria revela que ela é capaz de reproduzir e estabelecer mediações entre as “estruturas de significados e o fluxo da vida social através dos quais identidades, relações e instituições sociais são formadas, mantidas e mudadas ao longo do tempo” (BARBOSA, 2004, p: 13).

Prazeres à mesa

Apesar da preocupação que as pessoas têm com a saúde e o equilíbrio alimentar, os excessos à mesa continuam percebidos como sinônimos de felicidade coletiva assemelhando-se à alegria dionisíaca. Dionísio, como se sabe, “era o Deus que convidava os homens ao prazer desmesurado, a



experimentarem tantos os prazeres simples como o arrebatamento extático”. (LIPOVETSKI, 2014, p: 203)

Hoje a atenção que é dada à alimentação saudável é incapaz de ofuscar os deleites à mesa. Uma evidência disso são as hamburguerias espalhadas pelas cidades e os livros de receitas detalhando os prazeres da gula que lotam as estantes das livrarias. Nunca a gastronomia, os chefes, “os grandes restaurantes, os bons vinhos foram tão comentados, auscultados, divulgados pelos meios de comunicação social” (LIPOVETSKI, 2014, p: 201).

Na França, por exemplo, há uma clara valorização do sabor dos alimentos, bem como uma nova importância dada ao referencial prazer. O foco agora, segundo o autor, está na sensualidade da degustação e na procura pelas qualidades gustativas. Talvez por essa razão, a culinária se permita inovar, criar, desconstruir os pratos, contrastar texturas e apresentar as refeições de forma inusitada. Dona Magnólia, por exemplo, permitiu-se desconstruir a velha receita da maionese à base de limão e ovos.

Em busca dessas qualidades gustativas, já não basta apenas saborear os pratos. A mesa deve ser ocasião para uma espécie de experiência que satisfaça todos os sentidos. E ela surge a partir da combinação de elementos que, muitas vezes, acabam por criar outros pratos. Ou seja, há o cruzamento, a articulação e a mistura. Penso em Canclini (2003) quando ele fala sobre os processos de hibridação, em que práticas, que existiam de formas separadas, combinam-se para gerar novos objetos e práticas. E isso ocorre com frequência na gastronomia. Molhos, condimentos e pratos elaborados de maneira criativa retratam essa sociedade exposta por Canclini (2003).

Mas, a “maionese da dona Magnólia” me remeteu à questão da mestiçagem proposta por Poulain (2004) de que ela “favorece as trocas de produtos e de técnicas culinárias e participam de uma vasta mestiçagem de modelos alimentares, criadores da diversidade.” (p:44)

Afeto com pimenta

Apesar da “maionese da dona Magnólia” fazer parte da minha história, optei por não participar da pesquisa. O objetivo foi o de não influenciar a opinião dos outros entrevistados a partir da minha percepção.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Todos os quatro entrevistados participaram da pesquisa. Paulo, no entanto, afirmou que não tem lembranças da maionese e que, necessitaria prová-la novamente para lembrar o sabor. A ausência de resposta desse entrevistado foi uma surpresa, pois, pelo fato de ser meu namorado naquela época, era quem mais frequentava a residência e conseqüentemente, mais degustava a maionese de pimenta.

Mas, Max e Valerya mostraram que as lembranças da maionese continuam vivas e revelam como aquele condimento apimentado foi marcante na vida deles.

Para Max, os lanches acompanhados pela maionese estavam relacionados a uma fase complexa da vida dele: a escolha pela carreira numa faculdade pública e a pressão do vestibular. Naquela época, fim dos anos 1980, os processos seletivos para universidades públicas no Ceará eram cansativos e duravam vários dias. Isso levava os candidatos à exaustão. Talvez, devido a essa fragilidade, as lembranças ainda sejam tão vivas: “principalmente pelo vestibular, o sentimento mais marcante para mim era o de angústia pelo futuro incerto. Por isso, todos os quitutes que nos ofereciam ficaram guardados na minha memória como carinho e acolhimento.”

Percebe-se aqui a comida como elemento agregador. É como se minha mãe se utilizasse de seus lanches para expressar uma compaixão, que emana dessas emoções compartilhadas e dos afetos comunalizados (MAFFESOLI, 2004).

Apesar do período conturbado, marcado também pelo seu amadurecimento, Max relaciona o consumo da maionese a lembranças associadas a fatos marcantes de sua vida: “Foi ali que comecei a virar gente, que comecei a morar sozinho e deixei de ser um garoto mimado”.

É interessante observar como uma iguaria foi capaz de reavivar tantas lembranças, enfatizando a relação entre sentidos, gosto e comida:

O gosto se decide, os dentes põem-se a funcionar, a língua se une ao palato para saborear, e logo o estômago começará a assimilação. Nesse estado, um langor desconhecido se faz sentir, os objetos perdem sua cor, o corpo relaxa, os olhos se fecham; tudo desaparece e os sentidos se encontram num repouso absoluto. (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p: 40)

O gosto é capaz de transportar os homens a lugares e tempos remotos, através da ativação de todos os sentidos. É como se os componentes sensoriais e sinestésicos, fossem construídos de forma singular para causar o impacto desejado:

O tato retificou os erros da visão; o som, por meio da palavra articulada, tornou-se o intérprete de todos os sentimentos; o gesto buscou auxílio na visão e no olfato; a audição comparou os sons, apreciou as distâncias; e o genésico invadiu os órgãos de todos os outros sentidos (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p: 34).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Ao despertar desse estado, o homem perceberá que efetivamente nada mudou a seu redor. Mas, mesmo assim sentirá uma necessidade de partilhar essa experiência.

Adriano, que atualmente não consome maionese, revela que, assim como Paulo, não se recorda especificamente do sabor desse molho, mas lembra dos quitutes que minha mãe preparava:

Aquela maionese produzida há 30 por dona Magnólia, que infelizmente não lembro especificamente do sabor, me faz lembrar deliciosos quitutes também produzidos por ela que regavam longos e divertidos momentos com amigos, os quais foram importantes e coadjuvantes em uma transição de fase ímpar de minha vida.

Essa resposta revela que é impossível falar sobre comida sem falar de sociabilidade e relações sociais (BARBOSA, 2009). As observações feitas pelos entrevistados mostram como a sociabilidade, percebida como troca de experiências, interesse pelo outro e prazer do encontro, dependem da combinação entre local, dias da semana e contexto em que ocorrem. Revelam ainda que, ao contrário das relações sociais, que normalmente são movidas por algum motivo específico, na sociabilidade, o conteúdo e a razão do “estar junto” não importam, e, sim, “o sentimento de prazer existencial no encontro com o outro” (BARBOSA, 2009, p: 56).

As lembranças de Adriano me remetem ainda ao ritual associado ao consumo da maionese de pimenta. Pelo fato de associar o consumo de tal iguaria a momentos vivenciados com amigos, a degustação da maionese remete aos processos ritualísticos propostos por Douglas e Isherwood (2013). Segundo eles, os rituais servem para conter a flutuação de significados e constituem, portanto, definições públicas visíveis.

Para meus amigos, também havia um ritual quando se consumia a maionese. Eles precisavam deslocar-se até a minha casa para encontrar os amigos, que supostamente se reuniam para estudar, para que pudessem consumir a maionese que, normalmente era servida como acompanhamento para os sanduíches de queijo coalho. Ou seja, tal consumo era capaz de dar significado à maionese e sentido à tal ordem social que se estabelecia a partir daquelas reuniões à mesa.

Os rituais em torno da maionese

Tudo era iniciado com o preparo “misterioso” da maionese, passando pela escolha da trilha sonora (“Sempre Robertinho, né?”, minha mãe costumava brincar), da toalha de mesa e da louça a ser



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

usada. Lembro que arrumar a mesa exigia a maior agilidade: primeiro, ela colocava um cobertor – nunca entendi bem o porquê do cobertor – depois, era uma toalha de plástico bem grosso, a toalha de mesa cuidadosamente passada - e apenas usada nesses lanches -, além de outro plástico transparente por cima “para que não caia sujeira na toalha que sua avó me deu e que eu só uso em ocasiões especiais”, comentava.

Assim como a toalha, a louça também era cuidadosamente selecionada. Eram pratinhos de sobremesa azuis com detalhes brancos. Sempre os achei maravilhosos e costumavam me remeter a almoços de domingo da minha infância, quando meus pais ainda moravam juntos. Essas louças também só eram usadas em ocasiões importantes. Todo esse ritual acaba por revelar que “viver sem rituais é viver sem significados claros e, possivelmente, sem memórias” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013). Minha mãe, ao utilizar todos esses elementos, acaba por revelar ainda que, quanto maior a riqueza de detalhes usados, mais forte a intenção de fixar os significados. Ou seja, “os bens nessa perspectiva, são acessórios rituais; o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p: 110).

No fundo, minha mãe se sentia um pouco mãe de todos, principalmente do Max, que na época morava sozinho numa pensão e ela costumava falar em tom melancólico: “Tadinho dele, filha! Deve se sentir muito triste por estar longe de casa”. Para ela, aqueles lanches eram especiais, pois funcionavam como manifestações de carinho e acolhimento para todos nós.

Essas lembranças me mostram que, quando se deseja, é possível reter o tempo e torná-lo algo controlado, capaz de voltar todas as vezes em que é invocado. Essas memórias me remetem à Sociologia da Saudade, ou seja, à sociologia da memória e da recordação: que pode ou não resultar em processos de devoção e de encantamento porque foram experiências positivas (DAMATTA, 1997).

Na visão de Valerya, as lembranças da maionese de pimenta, são percebidas como momentos que se eternizam na memória e “são difíceis de apagar”:

A casa da dona Magnólia, na verdade, foi um lugar que fez parte da minha vida alguns anos atrás. Vários sabores de lá ficaram impregnados em mim pelo significado que tiveram desde o exato momento em que foram provados.

Os sabores, segundo ela, ficaram impregnados talvez por resgatarem, o prazer de comer e o prazer da mesa (BRILLAT-SAVARIN, 1995). Para o autor, o primeiro relaciona-se à sensação de satisfação de uma necessidade e o segundo, “à sensação refletida que nasce das diversas circunstâncias



de fatos, lugares, coisas e personagens que acompanham a refeição” (p:170). As reuniões na minha casa, o cuidado da minha mãe com o preparo das refeições e o capricho na decoração e seleção de objetos a serem usados durante os lanches refletem um pouco dessas circunstâncias, que remetem a elementos de ‘reciprocidade’ entre aqueles que experimentavam tais sabores, permitindo o entrecruzamento das ações, das situações e dos afetos (Maffesoli, 2000).

Valerya destaca especificamente o sabor da maionese, relacionando-o a outros sentimentos: “A maionese tinha sabor delicioso, sabor de casa que tinha amor e sabor de cuidado. Era um sabor de tão bom que se misturava a todos os sabores e desafios daquela época”.

Tais observações me remetem a Campbell (2017), quando ele dissocia engajamento em atividades de consumo e busca por identidade:

Ninguém precisa fazer compras, ou mesmo se engajar em qualquer outra atividade de consumo, para empreender sua busca por identidade e significado. É muito menos para se assegurar da realidade da própria existência. Qualquer experiência que propicie a oportunidade de uma forte reação emocional pode servir a esse propósito. (CAMPBELL, 2017, p: 57)

Assim como as lembranças de Max, as de Valerya também remetem à sociologia da saudade (DAMATTA, 1997), provavelmente associada aos rituais em torno do consumo da maionese: as brincadeiras; os sanduíches de queijo de coalho que lotavam a enorme mesa da cozinha arrumada minuciosamente; a música “*It’s a heartache*, da Bonnie Tyler, que Max adorava e que hoje, não tem a mais vaga ideia de que música é essa e, também à simpatia e histórias de minha mãe. Eram contos, que lembravam lendas que se desdobravam, como num jogo, num espaço isolado das competições cotidianas e capaz de proteger contra a ordem estabelecida (CERTEAU, 1994).

O sabor de cuidado a que se refere Valerya também resgata os conceitos de “estar junto”, socialidade e sociabilidade e se relacionam ao carinho da anfitriã para acolher aqueles cinco jovens preocupados com as incertezas do futuro profissional.

Max e Valerya, os mais falantes do grupo, também associam a maionese de pimenta ao medo das dificuldades presentes na vida de um vestibulando: “Tinha sabor de medo, de vontade de mudar o mundo, de ‘ser alguém’”. A maionese parece ter contribuído para que eles e os outros amigos criassem uma nova definição de si. É como se a maionese servisse de oportunidade para que se engajassem em um diálogo interno, no qual tais mudanças foram contempladas, debatidas e anunciadas. Os bens são usados como oportunidade para a criatividade, a experimentação e como meio de reflexão e de descoberta interna e externa. Ou seja, os bens podem ajudar um grupo a criar uma nova definição de si



e a revisar a categoria cultural, transformando-se num “meio pelo qual o grupo pode repensar a si mesmo” (McCRACKEN, 2003, p: 170).

As reuniões regadas a esse condimento funcionavam como uma espécie de experiência que servia para explicar a relação que cada um estabelece com o grupo e a vida em geral. Essa experiência gastronômica revelou que foi possível “ignorar crepúsculos racionais, repousando essencialmente no aspecto nebuloso do afeto, da emoção e da sintonia com o outro” (MAFFESOLI, 2007, p: 203).

Valerya encerra seu depoimento, ressaltando a saudade como o sentimento mais forte relacionado à época em que a maionese acompanhava essas reuniões, reafirmando que o conjunto de vivências deve ser sempre lembrado como parte e parcela do patrimônio de cada um – como os mitos e as narrativas (DAMATTA, 1997).

Segundo Valerya, a maionese tinha um sabor: “... que se juntava a todos os outros daquela fase da vida e agora, visto à distância, percebo que permanece guardado na memória e hoje tem o delicioso sabor de saudade”, enfatizando como a ação dos alimentos incide sobre o estado de espírito do homem, sobre sua imaginação, julgamento, coragem e percepções.

Foi possível observar nas respostas de Max e Valerya, o quanto a comida interfere no comportamento e é capaz de ativar a memória recorrendo a lembranças distantes, que pareciam inconscientes e hoje se tornam tão vívidas e eternizadas: “A comida é um dos veículos mais fantásticos nesse sentido, pois guardamos sabores e sensações direto no coração”, resume Valerya. E Max complementa: “É como se a comida tivesse o poder de congelar o espaço e o tempo. É um gatilho para disparar as memórias. As memórias vividas”.

Considerações Finais

O indivíduo não pode existir isolado e, por isso, está ligado a uma comunidade por meio da comunicação, cultura e lazer (MAFFESOLI, 2000). Esses laços de reciprocidade mostram-se eficazes para entrecruzar as ações, as situações e os afetos, até mesmo, entre pessoas separadas há 30 anos e que se reaproximam por intermédio de lembranças associadas a uma maionese feita à base de pimenta do reino, a famosa “maionese da dona Magnólia”.

As percepções dos entrevistados sobre o condimento revelam que ainda hoje ela é capaz de ativar sentimentos, desejos e sentidos (BRILLAT-SAVARIN, 1995). E que é capaz de propiciar a significância e a identidade que atores sociais modernos tanto desejam (CAMPBELL, 2017).



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

As respostas revelaram um suposto congelamento do tempo e do espaço que permite perceber que a noção de tempo não é quantificada ou medida. Ela simplesmente é substituída por uma duração vivida e concebida como emocional. Não se fala mais em horas, minutos, dias, meses ou anos. O tempo se mede agora pelo momento em que, como diria DaMatta (1997), as lágrimas produziram o silêncio e os suspiros mediram a grande cena final embalada pelo cheiro dos quitutes de Dona Magnólia, barulho dos talheres, harmonia dos acordes cantarolados por ela e por uma infinidade de elementos que misturados eternizaram um momento, iniciado 30 anos atrás.

A disposição e a rapidez com que os meus amigos responderam a pergunta-chave sobre esse condimento me surpreendeu. Despertar tamanha sensibilidade dos entrevistados foi algo importante para reafirmar o laço social que a comida pode criar. As respostas bem fundamentadas e os questionamentos que surgiram a partir das respostas sinalizam que eles refletiram sobre a questão, permitindo que emoções viessem à tona.

O uso do WhatsApp como instrumento de pesquisa mostrou-se interessante, pois, além das respostas dos entrevistados, foi possível perceber os comentários às observações de cada um: “Linda crônica”, afirmou Max sobre a resposta de Valerya, que prontamente respondeu: “Me inspirei nas tuas respostas, viu?”.

Tais comentários geraram novos questionamentos e observações que revelaram outros aspectos significativos relacionados ao consumo da “maionese da dona Magnólia”. Um deles diz respeito à riqueza de detalhes com que fundamentaram suas posições sobre a maionese.

Penso em Legros (2014), quando este afirma que a imaginação leva as pessoas, permanentemente, a “recriar o mundo a nossa imagem, mas amplificando-a, deformando-a, tornando-a imaginária” (p:233). Como a noção de tempo dos entrevistados não é quantificada e apenas concebida como algo mais emocional, não será possível precisar se os depoimentos sobre a maionese da dona Magnólia são representações existentes no imaginário de uma realidade de 30 anos atrás. Ou como diria Legros (2014), uma amplificação da imaginação de uma época recheada de significados como frisaram Max, Adriano e Valerya.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Minha mãe, provavelmente explicaria tais lembranças de uma forma bem simples recorrendo ao ídolo Roberto Carlos: “São tantas (emoções) já vividas. São momentos que não esqueci. Detalhes de uma vida. Histórias que contei aqui...”⁷

Os depoimentos dos meus amigos refletem justamente isso: detalhes que se confundem com as emoções que se diluem nas histórias narradas por eles.

Referências

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. 4. Reimpressão. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BARBOSA, Livia. Comida e sociabilidade no prato do brasileiro. p: 39-59. In: BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; VELOSO, Letícia. (org.) **Consumo: Cosmologias e sociabilidades**. Rio de Janeiro: Mauad X; Seropédica: EDUR, 2009.

BERTOLINO, Cíntia. **Descubra de onde veio a maionese**. Disponível em: <http://revistacasa Jardim.globo.com/Casa-e-Comida/Reportagens/Comida/Historia-da/noticia/2017/03/descubra-de-onde-veio-maionese.html>, acessado em 24/07/2017.

BRILLAT-SAVARIN, **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. p: 47-64. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org.) **Cultura, consumo e identidade**. 6ª reimpressão. Rio de Janeiro, FGV, 2017.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2003.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de Fazer. 19.ed. Petrópolis (RJ): 1994.

DAMATTA, Roberto. **A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Rocco, 1997.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias da gente Brasileira**. Volume 1: Colônia. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2013.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEGROS, Patrick *et al.* **Sociologia do Imaginário**. 2. ed. Porto Alegre (RS): Sulina, 2014.

⁷ Trecho da música “Emoções”, de Roberto Carlos. Letra disponível em: <http://www.lettras.mus.br>, acessado em 24/07/2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa (Portugal): Edições 70, 2014.

MAFFESOLI, Michel. **A parte do diabo**: resumo da subversão pós-moderna. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

_____. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da Alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis (SC): UFSC, 2004.

ROSENTHAL, Eitan. Savarin transforma gastronomia em cultura. In: Folha de São Paulo online, 26 jan./1996. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/1/26/ilustrada/29.html>. Acesso em: 24/03/2018.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. In: Curitiba (PR): UFPR, **História: Questões e debates**, v. 42, nº 1, 2005. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/historia/article/view/4643/3797>. Acesso: 25/03/2018.