

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

VIVIANE KRAIESKI DE ASSUNÇÃO

***ONDE A COMIDA “NÃO TEM GOSTO”:***  
**estudo antropológico das práticas alimentares**  
**de imigrantes brasileiros em Boston**

Florianópolis  
2011

**Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária  
da  
Universidade Federal de Santa Catarina**

A851o Assunção, Viviane Kraieski de  
Onde a comida "não tem gosto" [tese]: estudo  
antropológico  
das práticas alimentares de imigrantes brasileiros em  
Boston / Viviane Kraieski de Assunção ; orientadora,  
Carmen Silvia  
Rial. - Florianópolis, SC, 2011  
274 p.: il., mapas

Tese(doutorado)- Universidade Federal de Santa Catarina,  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-  
Graduação em Antropologia Social.

Inclui referências

1. Antropologia. 2. Imigrantes - Brasil. 3. Brasileiros  
- Boston (Estados Unidos). 4. Alimentos - Consumo - Boston  
(Estados Unidos). 5. Alimentos - Brasil. 6. Sabor. 7.  
Etnologia. 8. Estrutura social. I. Rial, Carmen Silvia.  
II. Universidade Federal de Santa Catarina Programa de  
Pós-Graduação em Antropologia Social. III. Título.

CDU 391/397

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

“Onde a comida não tem gosto: estudo antropológico das práticas alimentares de imigrantes brasileiros em Boston”

Viviane Kraieski de Assunção

Orientadora: Profa. Dra. Carmen Silvia Moraes Rial

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de doutora em Antropologia Social, aprovada pela Banca composta pelos seguintes professores:

Profa. Dra. Carmen Silvia de Moraes Rial (orientadora – PPGAS)

Profa. Dra. Ellen F. Woortmann (UNB/DF)

Prof. Dr. Klaas Woortmann (UNB/DF)

Profa. Dra. Glaucia de Oliveira Assis (UDESC/SC)

Prof. Dr. Rafael Victorino Devos (PPGAS/UFSC)

Profa. Dra. Alicia Norma Gonzalez de Castells (PPGAS/UFSC)

Florianópolis, 27 de setembro de 2001.



## **Agradecimentos**

Agradecer é parte do reconhecimento de que nenhum trabalho acadêmico é construído de forma solitária. Sem o apoio (acadêmico, técnico ou emocional) de muitas pessoas, o trabalho de campo e a tese não teriam se concretizado.

Agradeço à Profa. Carmen Rial, pela orientação, interlocução e aprendizado desde o mestrado. À Profa. Maxine Margolis pela supervisão de meu trabalho de campo nos Estados Unidos e todos os seus esforços para viabilizar a etnografia. Sem seu apoio e sua confiança no meu trabalho, eu certamente não teria ido para os Estados Unidos realizar o trabalho de campo. Obrigada à Profa. Glauca Assis por me receber em sua aula sobre migrações e contribuir com críticas e sugestões importantes em meu projeto de tese.

Agradeço aos parceiros do Centro do Imigrante Brasileiro (CIB), pela amizade e aprendizado durante minha estadia na Grande Boston. Obrigada a Fausto da Rocha, Alex Revelas, Alexandre, Noêmia, Carlos, Lydia Edwards e Kayo de Oliveira.

Agradeço também à Roseclay do Centro Comunitário, e Newton e Eliane, da Escola de Português de Allston, pastor Nassif e sua esposa Carmen Lúcia, Joe Souza e reverendo Michael Dean (e todo grupo de voluntários do MIT), Junior, Helen, Ruth e todo o Grupo da Mulher Brasileira, que, com boa vontade, abriram portas para minha inserção em campo.

Agradeço às pessoas queridas que me acolheram com carinho nos Estados Unidos: Mariúza, Zuleica, Eufrásia, Gabriela, Simone, Luciana, seu Eduardo e família. Minha gratidão pelas conversas, informações e momentos de descontração! Obrigada à Natalia Coimbra, pelo precioso envio de textos e contatos!

Obrigada aos meus colegas do NAVI e do PPGAS que me ajudaram com sugestões e, principalmente, sua amizade. Agradeço especialmente à Beth Goidanich, Ângela Souza e Fátima Weiss pelo companheirismo e parceria ao longo do doutorado.

Obrigada à Capes e ao CNPq pelas bolsas de estudo.

Por fim, agradeço a minha família: meus pais, Flavio e Lusía e minha irmã Osiane. Agradecimento especial para minha irmã Adriana, meu cunhado Carlos e minha sobrinha Maria Clara, que me receberam e me hospedaram em Boston, e ao Sérgio, por seu amor e companheirismo em todo o processo de escrita desta tese.



## Resumo

Esta tese traz um estudo antropológico das práticas e saberes alimentares de imigrantes brasileiros na Grande Boston, estado de Massachusetts, nos Estados Unidos. Tendo como base um trabalho de campo realizado em 2009, argumenta-se que a alimentação cotidiana dos sujeitos de pesquisa, que eles descrevem como “comida brasileira”, é uma estratégia para recriar, através da sensorialidade, o ambiente doméstico que possuíam antes de migrarem. A “comida brasileira” consumida cotidianamente, portanto, não está relacionada a processos de construção ou afirmação de identidade nacional, mas a uma tentativa dos imigrantes de (re)produzir familiaridade em um meio hostil e, deste modo, lidar com a distância e saudade de familiares e parentes que deixaram no Brasil. A “comida brasileira” evidencia ainda as práticas transnacionais dos imigrantes e sua intensa participação em redes sociais.

Além disso, esta tese trata ainda de outras questões pertinentes que cercam as práticas alimentares dos imigrantes brasileiros em Boston: as mudanças na rotina alimentar dos imigrantes; os aspectos morais da comida; os rearranjos nas relações de gênero, observadas a partir da tarefa de cozinhar para a família; o entendimento do gosto enquanto prática e sua importância na interação entre os indivíduos; a formação da oferta de produtos brasileiros na Grande Boston; a circulação de produtos entre Boston e Brasil, com ênfase no envio de comida para os imigrantes; os encontros e as festividades nas quais a comida tem papel preponderante na produção de relações e alteridades.

**Palavras-chave:** imigrantes brasileiros, práticas alimentares, comida brasileira, gosto, transnacionalidade, redes sociais



## Abstract

This PhD dissertation is an anthropological study of eating practices and knowledge of Brazilian immigrants in Greater Boston, Massachusetts, USA. Based on fieldwork conducted in 2009, it argues that the daily eating practices of the immigrants, which they describe as "Brazilian food", is a strategy to (re)create, through the sensuality of the food, the home environment where they lived before migrating. The "Brazilian food" which is consumed daily, therefore, is not about processes of construction or affirmation of national identity, but an attempt (made by the immigrants) to (re)produce familiarity in a hostile environment and therefore cope with the distance and longing of the family and relatives they left in Brazil. The "Brazilian food" also shows the transnational practices of immigrants and their intense participation in social networks.

In addition, this PhD dissertation also deals with other relevant issues surrounding the eating habits of Brazilian immigrants in Boston: changes in immigrants' daily eating routine, the moral aspects of food, the shifts in gender relations, observed from the task of cooking for the family, the understanding of taste as a practice and its importance in the interaction between individuals, the formation of Brazilian ethnic market in Greater Boston, the flow of goods between Boston and Brazil, with emphasis on sending food to the immigrants, the meetings and parties where food plays an important role in the production of relations and alterity.

**Keywords:** Brazilian immigrants, eating practices, Brazilian food, taste, transnationalism, social networks



<b>Prefácio</b> .....	17
<b>1. Introdução</b> .....	18
<b>2. Brasileiros na Grande Boston: uma população heterogênea</b> .....	24
<b>3. Conceitos-chave: Transnacionalismo e Redes sociais</b> .....	35
<b>4. Implicação, participação e afetos: reflexões sobre Antropologia e método</b> .....	47
<b>4.1. Afeto e participação</b> .....	50
<b>Capítulo 1: Geografia da Comida</b> .....	69
<b>1. Uma Geografia da Comida Brasileira na Grande Boston</b> .....	70
<b>1.1. A formação de mercados étnicos brasileiros</b> .....	75
<b>1.3. A comida brasileira em outros mercados</b> .....	106
<b>Capítulo 2: Mudanças e Continuidades</b> .....	113
<b>2. Comida, cotidiano e tempo</b> .....	114
<b>2.1. “Comida brasileira”</b> .....	117
<b>2.2. “O lunch é lanche”</b> .....	123
<b>2.3. O que os “outros” comem</b> .....	133
<b>2.4. A moralidade da comida</b> .....	140

2.5. Onde a comida não tem gosto .....	147
2.5.1. Gosto como prática .....	150
2.5.2. A interação pelo gosto .....	157
2.6. Repensando o gênero na cozinha .....	161
<b>Capítulo 3: Comidas em Festas .....</b>	<b>171</b>
3. Comidas em Festas: agência e imitação .....	172
3.1. Tempos de festa: inverno e verão .....	176
3.2. Festas de aniversário.....	180
3.3. Celebrações “nacionais”: Festival da Independência e Festas Juninas.....	185
3.4. Religião e Comida: Comensalidade em Igrejas .....	190
3.5. Festival de Acarajé.....	203
<b>Capítulo 4: Circulação entre Boston e Brasil.....</b>	<b>207</b>
4. A circulação de produtos entre Brasil e Boston .....	208
4.1. Eletrônicos.....	213
4.2. Produtos “de marca” .....	214
4.3. Medicamentos.....	217
4.4. Roupas íntimas .....	218
4.5. Outros produtos.....	218

<b>4.6. A comida “que viaja” .....</b>	<b>219</b>
<b>4.7. A circulação de saberes .....</b>	<b>226</b>
<b>4.8. O envio da caridade .....</b>	<b>228</b>
<b>Considerações finais .....</b>	<b>239</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>243</b>



## Mapas



Mapa da Grande Boston, onde é possível ver a localização de algumas cidades onde se concentram os brasileiros, como Framingham, Somerville, Everett e Malden



Mapa dos Estados Unidos, com destaque para a localização do estado de Massachusetts, no nordeste do país



## **Prefácio**

## 1. Introdução

Esta tese traz um estudo antropológico das práticas e saberes alimentares de imigrantes brasileiros na Grande Boston, Estado de Massachusetts, nos Estados Unidos. Baseia-se em uma etnografia realizada de maio a dezembro de 2009 nas *towns* e *cities* onde se concentram os imigrantes brasileiros, como Everett, Somerville, Allston, Malden, Lowell e East Boston. Meu objetivo era compreender as mudanças e continuidades das práticas alimentares de meus sujeitos de pesquisa após a migração, questionando uma afirmação muito recorrente em estudos da área da Antropologia da Alimentação: a fixidez das práticas alimentares, entendidas como um dos aspectos socioculturais mais resistentes às mudanças, e um dos últimos a se “desnacionalizar”.

Pesquisas que intersectam as temáticas alimentação e migração são numerosas. Há pesquisas sobre as práticas alimentares em migrações internacionais e também em migrações internas, inclusive privilegiando a mobilidade das áreas rurais para as zonas urbanas. No entanto, há uma lacuna nos estudos sobre a alimentação de brasileiros no exterior.<sup>1</sup> No caso dos imigrantes brasileiros nos Estados Unidos, poucas informações podem ser encontradas – as que existem, aparecem em pesquisas mais amplas sobre o processo migratório para aquele país ou privilegiando outras temáticas mais específicas.

A socióloga Teresa Sales, por exemplo, afirma que os migrantes brasileiros em Boston preservam sua cultura culinária, mantendo seus hábitos alimentares, sobretudo no consumo de feijão e arroz, além de freqüentar os restaurantes brasileiros, “onde não falta a feijoada aos sábados, o churrasco, a comida típica mineira” (Sales 1999: 22). A socióloga Ana Cristina Braga Martes (2000) também aponta que imigrantes brasileiros em Boston consomem produtos originários do Brasil, e destaca que estes produtos – entre os quais cita o chimarrão, o óleo de dendê, o leite de coco, a rapadura e panelas de pressão e de barro, não servem apenas para a satisfação de uma necessidade. A autora, que tem como referência o trabalho da socióloga norte-americana Marilyn Halter (2000), conclui que, ao consumir estes

---

<sup>1</sup> No momento em que realizava meu doutorado, uma pesquisa sobre alimentação de brasileiros em Londres estava sendo realizada por Graça Brightwell, doutoranda em Geografia da Universidade de Londres. Anteriormente, a socióloga Virginia Marquês Boscher realizou estudo sobre as relações entre comida e identidade brasileira na França, publicando texto sobre a feijoada como prato emblemático da expressão desta identidade (ver Boscher 2005).

produtos, o migrante estaria buscando “um símbolo, um bem que tem por referência sua cultura de origem, com o qual tem familiaridade e que, de algum modo, mexe com suas raízes e identidades de origem” (Martes 2000: 378).

Estes dados, no entanto, deixavam algumas perguntas a serem respondidas, principalmente em relação às práticas alimentares cotidianas destes imigrantes brasileiros: quais estratégias utilizam para manter suas práticas alimentares no dia-a-dia? como fazem suas escolhas alimentares? o que é “comida brasileira” para estes sujeitos? com que frequência comem “comida brasileira”? qual a importância da “comida brasileira” em seu dia-a-dia e em momentos especiais, como festas? quais mudanças percebem em sua alimentação? quem prepara esta comida? que mudanças (ou continuidades) nas relações de gênero são percebidas através de sua alimentação?, entre outros questionamentos.

Antes de observar esta lacuna na literatura, já havia percebido a pertinência de uma pesquisa sobre as práticas alimentares de imigrantes brasileiros no exterior devido a minhas relações de parentesco. Minha irmã e meu cunhado migraram para a Grande Boston em 2001, e lá permaneceram por dez anos. Por meio deste vínculo familiar, e por já haver realizado pesquisa sobre alimentação no mestrado,<sup>2</sup> notei que a alimentação poderia se constituir em uma via de leitura sobre a experiência de ser um(a) imigrante brasileiro(a) nos Estados Unidos. Através de suas falas, pude visualizar um rico cenário de pesquisa: o estranhamento com o gosto do café servido em *fast foods*, os almoços em restaurantes de comidas brasileiras, o lanche servido após as missas em Igrejas Católicas, a dificuldade em encontrar certos produtos em supermercados, o transporte de comidas nas malas durante a viagem, o envio destes alimentos pelo correio por seus familiares...

Foi também por meio destes laços de parentesco que evidenciei a importância das redes sociais dos migrantes. Aliás, para realizar meu trabalho de campo, eu mesma me inseri (e fui inserida) em redes de relacionamento – inicialmente, por informações e contatos de minha irmã e de meu cunhado, e, posteriormente, por indicações de outros sujeitos. Assim, convivi com imigrantes brasileiros, realizei entrevistas informais (algumas gravadas, outras não), fui a restaurantes, padarias e

---

<sup>2</sup> No mestrado realizei uma etnografia de recepção de programas de culinária em uma comunidade de camadas médias e populares no sul do Estado de Santa Catarina. Atentei para os significados dados por meus interlocutores à mensagem televisiva e as formas como esta era incorporada (ou não) nas práticas cotidianas de meus sujeitos de pesquisa (ver Assunção 2007).

mercados brasileiros, acompanhei brasileiros a compras em supermercados norte-americanos, participei de festas e almoços. Realizei ainda trabalho voluntário no Centro do Imigrante Brasileiro (CIB). Lá, acompanhando o trabalho de outros voluntários, que já trabalhavam há mais tempo do que eu, e conversando com os imigrantes que procuravam o CIB em busca de todo o tipo de ajuda (problemas de acesso à rede de saúde, falta de documentação, exploração no trabalho, o não-pagamento de salários, violência conjugal, problemas de acesso aos serviços do Consulado brasileiro, entre outros), pude perceber melhor as dificuldades e necessidades enfrentadas por quem migra e vive indocumentado nos Estados Unidos.

Os indocumentados formaram a maior parte de meus interlocutores. Eles eram provenientes de camadas médias e camadas populares no Brasil e de diferentes estados brasileiros. A maioria vinha de cidades interioranas de pequeno e médio porte, como as próximas a Governador Valadares (MG), mas alguns também de capitais, como Vitória (Espírito Santo) e Belo Horizonte (Minas Gerais). Os brasileiros que conheci tinham, em sua maioria, migrado com a família – alguns chegaram inicialmente sozinhos, principalmente os homens, e os cônjuges e filhos migraram depois. Outros, em menor número, migraram solteiros e conheceram seus parceiros já nos Estados Unidos. Grande parte deles tinha migrado para os Estados Unidos após o ano 2000, período do último grande fluxo de brasileiros para o país. É importante também mencionar que a maioria de meus interlocutores tinha intenções de voltar ao país, e tinha migrado com a intenção de cumprir um projeto migratório, como esclareço mais adiante.

Alguns dos brasileiros que conheci possuíam diploma universitário, mas grande parte deles tinha o segundo grau completo ou incompleto. Todos eles, na Grande Boston, trabalhavam em funções ocupadas por migrantes com pouca ou nenhuma qualificação profissional: serviços de limpeza de casa (como *housecleaner* e *housekeeper*),<sup>3</sup> jardinagem (*landscaping*), *delivery* (trabalhos de entrega em domicílio, principalmente de comidas e jornais), trabalhos em cozinhas de restaurantes e construção civil. Após começarem a trabalhar em empregos frequentemente indicados por seus contatos no país, boa parte destes imigrantes declaravam uma dificuldade em mudar de “profissão”. Assim, após terem adquirido uma função (ou mais de uma,

---

<sup>3</sup> *Housecleaner* pode ser traduzido como faxineira ou diarista, que realiza eventuais trabalhos de limpeza em casas. Já *housekeeper* pode ser traduzido como empregada doméstica, que trabalha diariamente em apenas uma casa ou para somente uma família.

como muitos deles), comumente permaneciam nestas durante todo o período de permanência nos Estados Unidos, o que revela uma dificuldade de mobilidade no trabalho. Os imigrantes provenientes de camadas médias no Brasil experienciavam, nas funções ocupadas nos Estados Unidos, um movimento descendente de *status*, realizando trabalhos de pouco prestígio social. Estes brasileiros justificavam que os ganhos financeiros, superiores aos que obtinham no Brasil, e a possibilidade de realizar seus projetos migratórios com mais rapidez, “compensavam” esta mobilidade “para baixo” nos Estados Unidos, pois, no Brasil, ela poderia significar compra de bens, como casas e carros, e maior poder de consumo.

Ainda que relatem ganharem mais nos Estados Unidos do que no Brasil, trabalhando em empregos pouco valorizados, estes imigrantes experienciam muitas dificuldades: árdua rotina de trabalho, exploração dos empregadores, ameaças de deportação, pouco ou nenhum conhecimento da língua inglesa, falta de acesso ao sistema de saúde,<sup>4</sup> além da saudade de familiares e amigos que permaneceram no Brasil.

Apesar de se encontrar características comuns entre meus interlocutores, estes brasileiros não podem ser definidos como grupo homogêneo. Há, entretanto, aspectos relacionados a suas práticas alimentares que são comuns entre estes sujeitos: o fato de se alimentarem de “comida brasileira” e de terem mudado suas rotinas alimentares, por exemplo. Nesta tese, pontuo esta heterogeneidade dos brasileiros apenas quando esta for importante para entender diferenças em suas práticas e discursos sobre alimentação. Esclareço também que, por se constituir uma migração relativamente recente,<sup>5</sup> os brasileiros entrevistados são da primeira geração. Muitos deles migraram com filhos, ou tiveram filhos nos Estados Unidos. Ainda que tenha feito algumas observações sobre a alimentação destes brasileiros que migraram ainda crianças ou adolescentes ou que nasceram lá, é preciso mais pesquisas para entender as práticas alimentares destes indivíduos de segunda geração, assim como as continuidades e mudanças alimentares em suas trajetórias de vida.

---

<sup>4</sup> Apesar de não possuir sistema de saúde gratuito para toda a população, o Estado de Massachusetts possui um dos melhores sistemas de saúde dos Estados Unidos. População de baixa renda, gestantes e crianças nascidas no país têm acesso a acompanhamento médico e tratamento de saúde de graça. Com a ajuda de voluntários de centros comunitários brasileiros, alguns imigrantes brasileiros indocumentados também conseguem tratamentos de saúde sem custos.

<sup>5</sup> A migração de brasileiros para a Grande Boston pode ser compreendida como recente principalmente quando comparada à migração de outras populações, como portugueses, mexicanos e dominicanos, por exemplo, para a região.

Durante minha pesquisa de campo, procurei estar sensível às próprias questões que meus interlocutores apontavam a respeito de sua própria alimentação e que poderiam ser importantes para pensar suas experiências no processo migratório. Procurei atentar tanto para os discursos quanto para as práticas destes sujeitos, o que se mostrou, por vezes, não compatíveis. Um dos resultados desta “abertura para o campo” está no título desta tese – as afirmações sobre a “falta de gosto” eram repetidas com recorrência por todos os meus interlocutores. A outra afirmação – a de que se alimentam de “comida brasileira”, e que sua alimentação não tinha sofrido grandes mudanças após a migração também ganham destaque. É a partir delas que pretendo discutir a que estes brasileiros estão se referindo quando falam sobre “comida brasileira” e sobre (a falta de) gosto.

Proponho nesta tese que, em suas práticas cotidianas, quando os brasileiros se alimentam e afirmam se alimentar de “comida brasileira”, mais do que uma afirmação de brasilidade ou de “ser brasileiro” no exterior, eles estão “alimentando” relações, principalmente as familiares, que têm e mantêm no Brasil. Neste sentido, a “comida brasileira” está associada ao ambiente doméstico, à comida caseira e, muitas vezes, à comida que aprenderam com suas mães. Quando migram, os sujeitos levam consigo suas práticas alimentares, com seus saberes e valores sociais, e deixam para trás um meio sensorial familiar que é parte integrante de suas interações sociais. Tentar reproduzir esta sensorialidade – ou acostumar-se a novos gostos e sabores – é uma tentativa dos imigrantes de lhes trazer conforto e sensação de familiaridade em um novo contexto social, marcado por inúmeras dificuldades, além de manter e manifestar vínculos com (e no) Brasil. Assim, a “comida brasileira” não é necessariamente um “nacionalismo portátil” ou “nacionalismo a longa distância”, conceitos cunhados por Benedict Anderson (2005) para descrever os deslocamentos de culturas nacionais para diferentes localidades do mundo através dos fluxos migratórios. Esta “comida brasileira” seria, mais precisamente, *relacionamentos portáteis* ou a longa distância. Observo ainda que, em outros momentos, como em festividades e na formação de restaurantes étnicos, a relação entre comida e identidade nacional surge como estratégia para demarcar alteridades, constituindo um elemento de contato com os “outros”, e para inserção destes brasileiros em um nicho da economia étnica.

\*\*\*

A tese está dividida em quatro capítulos. No primeiro capítulo, *Geografia da Comida*, trato sobre a formação da oferta de produtos e, principalmente, comida brasileira na Grande Boston. Para isto, utilizo entrevistas com brasileiros que migraram para a região nos anos 60, 70 e 80. Observo também as características dos restaurantes brasileiros, a presença de comidas brasileiras em outros estabelecimentos comerciais e o processo de etnização de algumas comidas no exterior, que passam a representar a culinária brasileira.

No segundo capítulo, *Mudanças e Continuidades*, descrevo as práticas alimentares cotidianas de meus sujeitos de pesquisa: o que é a “comida brasileira”, revelando suas relações com a domesticidade, e as mudanças na rotina alimentar. Discuto também como o gosto está relacionado à prática e à interação social – neste sentido, o gosto manifesta saudade e a vínculos sociais mantidos no Brasil. Além disso, trato sobre a moralidade do ato alimentar, a alteridade marcada pelas práticas alimentares no trabalho, e como as mudanças nas relações de gênero após a migração podem ser pensadas a partir da atividade diária de cozinhar.

O terceiro capítulo, *Comidas em Festas*, traz a comida em momentos de festividade e sociabilidade entre brasileiros, imigrantes de outras nacionalidades e norte-americanos. A comida em festas – destaco festas de aniversário, festas juninas, festival da independência, festival de acarajé e eventos em igrejas – é pensada através dos conceitos de agência, de Daniel Miller e Alfred Gell, e mimesis, de Michael Taussig. Deste modo, apesar de não serem iguais às do Brasil, as festas e suas comidas, através de sua sensorialidade, carregam lembranças do país de origem dos imigrantes, reunindo brasileiros e também promovendo contatos com norte-americanos.

No último capítulo, *Circulação entre Boston e Brasil*, apresento e analiso o fluxo de produtos entre os imigrantes nos Estados Unidos e os familiares, parentes e amigos em cidades brasileiras. Destaco, nesta circulação, o envio de comida para os imigrantes em Boston. Além disso, trato sobre a circulação de saberes culinários e a prática da caridade no Brasil. Termino o capítulo trazendo os discursos dos brasileiros com *Green Card*, que tem a possibilidade de ir e vir legalmente sobre o modo como vêem o Brasil após experienciarem o processo migratório, incluindo suas percepções sobre a alimentação praticada por quem ficou no país.

Ainda neste prefácio, apresento mais detalhes sobre a população brasileira no Estado de Massachusetts, que caracterizo como uma população heterogênea. Além disso, apresento o contexto político e

econômico em que o trabalho de campo foi realizado. A seguir, trato sobre dois conceitos-chaves para entender as práticas de meus sujeitos de pesquisa – transnacionalidade e redes sociais, que aparecem, implícita e explicitamente ao longo desta tese, revelando as relações, em Boston e no Brasil, que os imigrantes criam e recriam continuamente. Após a apresentação destes conceitos, faço uma reflexão sobre a prática antropológica (afinal, que antropologia fazemos?) e discorro sobre a metodologia, com a ênfase na participação do pesquisador durante o trabalho de campo. Termina esta introdução tecendo comentários sobre as relações entre comida e identidade, presentes na literatura antropológica, e aponto que as práticas alimentares cotidianas de meus interlocutores estão mais relacionadas à manutenção dos vínculos sociais *com* e *no* Brasil, do que a afirmações ou construções de uma identidade brasileira.

## ***2. Brasileiros na Grande Boston: uma população heterogênea***

Desde as últimas décadas do século passado, o fluxo de brasileiros que migram para outros países vem chamando a atenção de pesquisadores acadêmicos e de órgãos governamentais. Até então, o Brasil era conhecido como país que recebeu de milhões de imigrantes de diferentes países. Grande parte do fluxo de emigrantes brasileiros é de indocumentados,<sup>6</sup> o que dificulta saber com precisão quantos migraram para o exterior. Números do Ministério de Relações Exteriores de 2009 apontam que o número de brasileiros que migraram para outros países é de 3.040.993, sendo que 1,280 milhão vivem nos Estados Unidos. Segundo estimativas de um estudo do economista Álvaro Lima, publicado em 2009, há entre 800 mil e 1,4 milhão brasileiros nos Estados Unidos, sendo que a maior concentração – 24%, que corresponde a 336.000 – encontra-se no Estado de Massachusetts. Segundo este mesmo estudo, estes imigrantes são provenientes de diversas regiões do Brasil, mas a maioria vem dos Estados de Minas Gerais, Goiás, São Paulo, Paraná e Santa Catarina (Lima 2009).

A migração de brasileiros para os Estados Unidos já foi pauta de reuniões políticas entre o governo brasileiro e o norte-americano,

---

<sup>6</sup> A exceção são os *dekassegui*, como são denominados os que migram para o Japão, que são, em sua grande maioria, migrantes legais. Sobre os *dekassegui*, ver Sasaki (2000) e Oliveira (1999).

como na visita do presidente George Bush ao Brasil em março de 2007,<sup>7</sup> e também se tornou objeto de pesquisa de antropólogos e sociólogos. Uma das pioneiras nestes estudos, a antropóloga norte-americana Maxine Margolis (Margolis 1989, 1994), afirma que o número preciso de cidadãos brasileiros nos Estados Unidos é desconhecido por dois motivos: falhas no Censo norte-americano, que não apresenta em seus formulários a categoria que informa a origem nacional, e a falta de documentação dessa população, já que muitos brasileiros indocumentados evitam responder ao Censo temendo serem denunciados e deportados (Margolis 2003). A autora, atualizando conclusões de suas pesquisas anteriores, afirma que no início do século XXI há sinais de mudanças no quadro que apontava o grau de invisibilidade da comunidade de imigrantes brasileiros (Margolis 1998). De acordo com Margolis, apesar da recessão econômica e do maior controle de fronteiras nos Estados Unidos após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, os brasileiros continuam chegando e que muitos não têm planos de voltar ao Brasil, ou adiam continuamente o retorno. A autora mostra ainda que os fluxos migratórios estão se diversificando, pois tendem a se originar de diferentes regiões brasileiras rumo a localidades norte-americanas mais diversificadas.

Durante minha pesquisa de campo, pude perceber a heterogeneidade dos brasileiros na Grande Boston. Ainda que possa ser verificado um grande número de mineiros – de Governador Valadares e cidades próximas, mas também de Belo Horizonte – conheci brasileiros provenientes do Espírito Santo, Goiás, Santa Catarina, Paraná, Bahia, São Paulo e Rondônia. Eram de diferentes faixas etárias, variando de 22 a 65 anos, e níveis educacionais, desde brasileiros com pouca educação formal até aqueles que concluíram o ensino superior. Conheci tanto

---

<sup>7</sup> Um dos motivos do interesse do governo brasileiro nos emigrantes são as grandes remessas de dinheiro que mandam para o país, como informa Ribeiro (1997), ainda que as fontes discordem em relação ao valor exato deste montante. O Brasil é o segundo país da América Latina a receber remessas, ficando atrás apenas do México. Em decorrência da crise econômica, as remessas dos milhões de imigrantes brasileiros espalhados pelo mundo caíram mais de 23% entre 2008 e 2009, para US\$ 2,223 bilhões, de acordo com o balanço de pagamentos do Banco Central (BC). Somente dos Estados Unidos, as remessas dos mais de 1,5 milhão de brasileiros país tiveram recuo de 30,6% no mesmo intervalo, passando de US\$ 1,289 bilhão para US\$ 894 milhões. Os mais de 300 mil decasséguis também realizaram menos transferências no período pós-crise: queda de 40%. (Valor Econômico, 25 de maio de 2010). De acordo com o estudo Migração e Remessas 2011, realizado pelo Banco Mundial, o fluxo das remessas voltou a crescer em 2010 após queda de 12% em 2009. Estes números indicam recuperação econômica dos Estados Unidos. O Brasil continua em segundo país em quantia de remessas recebidas na América Latina, atrás apenas do México, que em 2010 chegaram a US\$ 4,3 bilhões.

brasileiros provenientes de camadas médias brasileiras, que migraram com visto de turistas, como aqueles de camadas mais populares, que cruzaram a fronteira pelo México pagando a *coyotes* milhares de dólares.<sup>8</sup> Tinham também diferentes tempos de permanência nos Estados Unidos e *status* migratório – brasileiros indocumentados, com visto de estudantes, *Green Card* (residente permanente legal) e até mesmo com dupla cidadania (brasileira e norte-americana), mas os que lá viviam ilegalmente e que tinham migrado após o ano 2000 eram visivelmente mais numerosos. Estes brasileiros tinham em comum o fato de terem ido para Boston ou para os Estados Unidos a partir do contato e de informações de outros brasileiros, com quem tinham laços de parentesco ou de amizade. Os trajetos até a Grande Boston iniciavam com mais frequência em Nova York, mas alguns também chegaram primeiro à Flórida, e foram para o estado de Massachusetts após alguns meses ou anos de permanência.

Ainda que tenha encontrado brasileiros com diferentes motivações para migrar, a maioria tinha ido para os Estados Unidos com a intenção de passar um período de tempo (em torno de quatro anos) e retornar para o país. Neste sentido, concordo com Sayad (1998) sobre a dupla contradição que muitos emigrantes vivem: o estado provisório da emigração e o prolongamento da condição de emigrante por tempo indeterminado – geralmente, com o objetivo de realizar seus projetos migratórios, como a compra de uma casa e o pagamento do estudo dos filhos. Nas palavras do autor,

por não conseguir sempre pôr em conformidade o direito e o fato, a imigração condena-se a engendrar uma situação que parece destiná-la a uma dupla contradição: não se sabe mais se se trata de um estado provisório que se gosta de prolongar indefinidamente ou, ao contrário, se se trata de um estado mais duradouro, mas que se gosta de viver com um intenso sentimento de provisoriade (Sayad 1998: 5).

---

<sup>8</sup> Os *coyotes* são pessoas que, mediante pagamento de milhares de dólares, atravessam imigrantes ilegalmente da fronteira do México para os Estados Unidos. Esta travessia envolve muitos riscos, pois pode incluir cruzar um rio a nado e um deserto, além de passar por policiais norte-americanos armados. Alguns imigrantes com poucos recursos financeiros obtêm dinheiro emprestado com parentes e amigos para realizar a travessia, enquanto outros ficam em dívida com os *coyotes*, que deve ser paga após o estabelecimento do imigrante no país.

Estudos realizados nas décadas precedentes apresentavam um quadro mais homogêneo de imigrantes brasileiros nos Estados Unidos. Principalmente a partir da segunda metade dos anos 90, dissertações de mestrado passaram a apresentar um panorama deste fluxo, com bastante enfoque na Conexão Estados Unidos-Governador Valadares, município mineiro conhecido pelo grande número de habitantes que migram para cidades norte-americanas, principalmente para a cidade de Boston (Assis 1995, Soares 1995, Scudeler 1999, Fusco 2001, Bicalho 1989, Forjaz 1993, Goza 1992). Assis e Sasaki (2001) destacam que os primeiros estudos sobre este fluxo migratório descrevem os emigrantes como jovens de camadas médias que emigram para os Estados Unidos para trabalhar ilegalmente no mercado secundário. Estes emigrantes teriam o projeto de migração temporária e diziam migrar para escapar da crise econômica e política do país – o que levou alguns autores a utilizar o termo “exilados da crise” dos anos 80. Pesquisadores mostraram que havia também uma insatisfação com a vida no Brasil, que explicaria a construção do mito de que migrar para os Estados Unidos seria a solução para ascender socialmente.

Estima-se que, na década de 1980, 1,5 milhão de brasileiros deixaram o país. A recessão econômica dos anos 80, que provocaram perda da mobilidade social, principalmente das camadas médias, aliados com os efeitos da reestruturação econômica dos anos 90, são apontados como propulsores da emigração de brasileiros, não apenas para os Estados Unidos, mas também para o Japão e países europeus. Neste período, também ocorrem diminuição nas migrações internas (Patarra 1994) e dos empregos formais, o que reduz as possibilidades de ascensão social e econômica. Como analisa Martes (2000), no período em que a emigração se tornou massiva (meados dos 80 e início dos 90), verificou-se o aumento da informalidade na economia brasileira e altos índices de desemprego.

No entanto, na primeira década do século XXI, transformações políticas, econômicas e sociais ocorreram tanto no Brasil quanto em nível global, alterando o contexto e os fluxos migratórios. Após o atentado terrorista de 11 de setembro de 2001, a entrada de migrantes nos Estados Unidos foi dificultada por medidas políticas de segurança nacional, que equipararam migrantes a terroristas e narcotraficantes (Feldman-Bianco 2010). Nos anos seguintes, uma profunda crise econômica, que se agravou em 2008, reduziu o número de empregos no país, atingindo tanto cidadãos norte-americanos quanto as populações migrantes – muitos perderam seus trabalhos e tiveram seus ganhos reduzidos com a crise. O valor das gorjetas – chamadas pelos brasileiros

no inglês *tip* – que representam boa parte do pagamento de garçons e atendentes, caiu drasticamente, como me afirmaram diversos interlocutores. Já as brasileiras que trabalham como *housecleaners* passaram a ter menos ofertas de trabalho, pois norte-americanos, ameaçados pela crise e desemprego, diminuíram a frequência da limpeza de suas casas por estas trabalhadoras migrantes.

Além disso, uma melhora na economia provocou um aumento da oferta de empregos no Brasil, o que levou muitos brasileiros no país e no exterior, como percebi entre meus interlocutores em Boston, a verem o Brasil como um país mais promissor em relação a oportunidades de mobilidade social e qualidade de vida. Esta nova perspectiva sobre o Brasil tem levado muitos brasileiros nos Estados Unidos a retornarem para o país.<sup>9</sup> Mas, assim como não há números precisos sobre brasileiros que migraram para os Estados Unidos, números sobre retornados ainda são estimativas.<sup>10</sup> Muitos dos brasileiros com quem convivi durante minha pesquisa de campo afirmaram que há sinais de que haja um aumento significativo dos que retornaram ao Brasil e uma diminuição no fluxo de novos migrantes. Um destes sinais seria menor presença de brasileiros recém-chegados nas Igrejas Evangélicas e Católicas. Estes indícios, porém, devem ser analisados com cautela. Brasileiros e outros migrantes a procura de emprego migraram para outras localidades norte-americanas, como New Orleans, cidade que apresenta grande demanda por trabalhadores da construção civil após ter sido arrasada por um furacão em 2005.

Além destas mudanças para outros estados, pesquisadores têm percebido que muitos brasileiros nos Estados Unidos estão migrando para países europeus. Conheci pelo menos três brasileiros na Grande Boston que me disseram ter intenções de migrar para a Europa (um para a Itália e dois para a Inglaterra) após retornarem ao Brasil. Outros brasileiros migrariam diretamente dos Estados Unidos para a Europa. Há também aqueles que, após voltarem para o Brasil, re-migram para os

---

<sup>9</sup> Pesquisadores que antes concentraram seus estudos em imigrantes brasileiros no exterior, agora pesquisam também os retornados ao país, como Assis e Campos (2009) e Siqueira (2006, 2009a, 2009b).

<sup>10</sup> Segundo o boletim *Population Estimates*, elaborado pelo Departamento de Segurança Interna do governo norte-americano, 850 mil imigrantes ilegais de diferentes nacionalidades deixaram o país na passagem de 2008 para 2009. Já no período entre 2007 e 2009, em que ocorreu a crise econômica, é estimado que um milhão de residentes ilegais saíram dos Estados Unidos. O ministro da economia do governo brasileiro, Guido Mantega, afirmou em 2010 que cerca de 400 mil brasileiros que tinham deixado o Brasil voltaram para o país. Isto representaria 13,5% dos mais de 3 milhões de brasileiros que viviam e trabalhavam fora do país, segundo números do Itamaraty. (Fonte: Jornal Valor Econômico 24/05/2010).

Estados Unidos, devido a dificuldades econômicas e de adaptação à realidade do país depois de anos vivendo distante de sua terra de origem. Em meu trabalho de campo, ouvi de muitos brasileiros que estavam adiando decisões sobre a volta ao Brasil à espera da aprovação da reforma migratória – a legalização dos migrantes prometida na campanha vitoriosa de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos. Dois anos após a realização da etnografia, as possibilidades desta aprovação, vista com muita esperança pelos brasileiros e outros migrantes no primeiro ano do governo Obama, são praticamente nulas, já que os democratas perderam a maioria do congresso para os republicanos, que apresentam discursos públicos contrários a políticas favoráveis aos imigrantes.

O termo “indocumentado” não é apenas uma forma politicamente correta de evitar a palavra “ilegal”, que aponta para os processos de criminalização dos imigrantes nos Estados Unidos. Além de se referir ao *status* migratório dos sujeitos, este termo é ainda importante para apontar as restrições e constrangimentos em que vivem naquele país. Ruben Oliven (2001) mostra que os documentos mais importantes nos Estados Unidos – para o antropólogo, o cartão de crédito, a carteira de motorista e o *Social Security Number* (SSN) – servem como uma metáfora do modo de vida norte-americano, pois remetem à mobilidade, ao consumo e ao dinheiro. Dentre estes aspectos, baseada em minha vivência com os migrantes, a mobilidade é o recurso mais caro, e aquele de que mais sentem falta. Dirigir sem carteira de motorista ou viajar indocumentado implica riscos de terem problemas com a polícia e o Departamento de Imigração, e visitar familiares e parentes no Brasil pode significar a impossibilidade de retornar aos Estados Unidos.

Apesar disso, ser imigrante não implica um rompimento absoluto com os vínculos sociais construídos na sociedade de origem, nem uma idéia de fixidez após a chegada em um novo lugar. Entre meus sujeitos de pesquisa, conheci diversas histórias de mobilidade. Mesmo entre aqueles que permanecem na Grande Boston há anos, percebe-se que realizam mudanças recorrentes entre cidades (*cities* e *towns*) da região. Penso, utilizando os argumentos de Cresswell, que as mobilidades são, ao mesmo tempo, produtos e elementos de produção de relações de poder. Os deslocamentos feitos pelos imigrantes revelam sua inserção em redes sociais, ao mesmo tempo em que demonstram as exclusões a que são submetidos nos países para onde migram.

Concluindo, tenho estado a argumentar que a mobilidade, tal como o lugar, o espaço e o território, envolve uma política da hierarquia, da inclusão e da exclusão. Com efeito, seguindo Zygmunt Bauman, argumentaria que a mobilidade pode muito bem ser o ponto-chave da máquina de produção da diferença da nossa época (Cresswell 2009: 36)

Se antes os brasileiros nos Estados Unidos eram descritos como comunidade invisível (Margolis 1994), sua presença na Grande Boston pode ser percebida de diversas formas, como nos mercados étnicos, Igrejas, jornais e rádios brasileiras, e em sua concentração em algumas *cities e towns*, como Everett, Somerville, Allston e Framingham (Marcus 2009). Esta comunidade, assim como comunidades de brasileiros em outros países, também passou a se tornar visível e se organizar politicamente após iniciativas do governo brasileiro de dialogar e tentar formular políticas voltadas para estas populações. Estas iniciativas começaram em 1997, no governo de Fernando Henrique Cardoso, com a formação de Conselho de Comunidades nos consulados, e, após articulações, formulações de documentos e encontros no Brasil, Estados Unidos e Europa, levaram à eleição de representantes destas comunidades e da realização da Conferência Brasileiros no Mundo, em 2008, 2009 e 2010, já no governo Lula, quando foram feitas atas com demandas destas populações<sup>11</sup> (Feldman-Bianco 2010, Sprandel 2010).

Há também um número crescente de grupos e organizações de brasileiros que prestam auxílio aos imigrantes, com destaque para os problemas enfrentados no cotidiano de trabalho, como o não-pagamento de salários aos empregados, fato que se torna bastante comum devido à informalidade e exploração do trabalho migrante. Uma grande polêmica protagonizada por diretores destas organizações exemplifica as mudanças ocorridas entre os brasileiros na Grande Boston, mostrando que não podem mais ser entendidos como invisíveis. Enquanto o diretor

---

<sup>11</sup> Entre as demandas, estão a ampliação e aperfeiçoamentos do atendimento dos consulados brasileiros, melhora da assistência prestada aos brasileiros no exterior, mapeamento e localização dos brasileiros, aumento da representatividade de brasileiros no exterior junto ao governo brasileiro, ensino da língua portuguesa a filhos de brasileiros, defesa da livre circulação de migrantes, validação de diplomas e outras medidas de incentivo a estudantes brasileiros no exterior, negociação de acordos previdenciários com outros países, qualificação de trabalhadores, assistência a saúde, apoio a atividades culturais, fortalecimento da imagem do Brasil internacionalmente, apoio a empreendedores no exterior e facilitação de remessas. Fonte: <http://www.brasileirosnomundo.mre.gov.br/>

do Centro do Imigrante Brasileiro (CIB) em Boston fez campanhas em seu programa de rádio para que os brasileiros não respondessem ao censo norte-americano, outros representantes de organizações e até acadêmicos pronunciaram-se publicamente a favor da participação dos imigrantes, incentivando-os a se declararem brasileiros. O diretor do CIB, bastante popular, utilizou argumentos como o problema da identificação dos indocumentados (o que poderia fornecer informações sobre ilegais às autoridades norte-americanas) e pressão política pró-reforma migratória (segundo ele, se brasileiros não fossem contados, a população poderia parecer menor, o que representaria menor verba pública para o estado e menor representação política). Do outro lado, a grande maioria dos representantes encorajou os imigrantes a colaborarem com o censo, combatendo o medo destes indivíduos de se identificarem (no censo, não consta a informação sobre situação migratória) e afirmando sua nacionalidade.

**O Censo 2010...**

É FÁCIL...

É SEGURO...

É IMPORTANTE!

**ESTÁ EM SUAS MÃOS**  
[www.census.gov/2010census](http://www.census.gov/2010census)

*O Censo está chegando...*  
**Abril, 2010**

**United States  
Census  
2010**

**Fácil:** Cada domicílio receberá um questionário que é muito simples e rápido de responder. Não esqueça de retorná-lo pelo correio.

**Seguro:** Por lei, o Censo não pode divulgar as informações pessoais coletadas para outras pessoas, nem mesmo para agências federais, estaduais ou locais.

**Importante:** Com base nos dados do Censo, mais de US\$300 bilhões em verbas federais são repassadas anualmente para os Estados e comunidades, para a construção de hospitais, escolas, a melhora do transporte e de outros serviços públicos.

Para mais informações ligue:  
(877) 355-6188 ou acesse  
[www.census.gov/2010census](http://www.census.gov/2010census)

Anúncio veiculado em jornais brasileiros na Grande Boston incentivando imigrantes a responderem o censo norte-americano de 2010.

Como afirmei anteriormente, praticamente todos os imigrantes brasileiros chegaram à Grande Boston através do auxílio de outros brasileiros, seja com informações sobre o local, ou ainda hospedagem e emprego. Estes brasileiros geralmente têm laços de parentesco ou amizade, o que evidencia que fazem parte de redes sociais, conceito que discuto com mais profundidade a seguir. Em um novo contexto social e

cultural, estes imigrantes entram em contato com “outros”, brasileiros e não-brasileiros. É neste contato que se desenvolvem as dinâmicas da construção das identidades, ora aproximando ora distanciando estes atores sociais. Como afirma Ribeiro (1998a), as formas de representar pertencimento a unidades sócio-culturais e políticas são reembaralhadas na experiência migratória, pois os sujeitos passam a fazer parte de um complexo sistema interétnico. Ribeiro, que realizou pesquisa entre brasileiros em São Francisco, afirma que os principais segmentos com os quais seus sujeitos de pesquisa se relacionam são os anglos, outros latino americanos e os chineses. Eu diria que os brasileiros em Boston entram em contato com indivíduos de uma diversidade mais ampla, incluindo, além de norte-americanos e outros latinos, libaneses, portugueses e turcos. É através desta interação que os brasileiros passam a ser identificados por sua identidade nacional, que é etnizada.

A identidade nacional, como qualquer identidade social ou étnica, opera em relação às necessidades externas e internas do segmento brasileiro e é (re)construída em termos das ideologias e símbolos nacionais comuns na experiência anterior à migração, tanto quanto em termos de como ela se relaciona com a lógica e dinâmica do novo sistema interétnico em que se inserem. A identidade nacional torna-se, então, ao mesmo tempo, uma verdadeira identidade inter-nacional e a mais importante para as interações diárias no espaço público. Os brasileiros, em situações cosmopolitas, expostos a uma grande variedade de segmentos étnicos, tornam-se ao mesmo tempo mais e menos brasileiros. Enquanto no Brasil, a identidade nacional brasileira é uma abstração que raramente intervém nas interações sociais, afinal de contas ser brasileiro é dado de barato no Brasil, nos EUA é necessário apenas abrir a boca para ser classificado como estrangeiro, alguém de uma terra distante e exótica. (Ribeiro 1998a)

Neste processo de construção de identidades étnicas, são as diferenças – e não as culturas – que definem os limites entre os grupos, tal como entende Barth. A identidade étnica é resultado tanto da atribuição destas diferenças por indivíduos de outros grupos, quanto por auto-atribuições internas de uma coletividade. Desta forma, a etnicidade é entendida como uma forma de organização social, que organiza e

classifica estas diferenças entre grupos sociais (Barth 1998). Em seus estudos sobre brasileiros nos Estados Unidos, Margolis salienta que a identidade étnica é contrastiva, relacional e dependente do contexto, seguindo as definições de Roberto Cardoso de Oliveira (1976). Desta forma, os brasileiros fora-do-Brasil definiriam-se, no contato com “outros”, através da perspectiva “nós não somos como eles” (Margolis 2008).

Este “outro” é, muitas vezes, os hispânicos – mais popularmente chamados *hispanos*, com quem os brasileiros são frequentemente confundidos nos Estados Unidos. Com bastante recorrência, os brasileiros deixam claro que não apreciam esta denominação. Esta demarcação de diferenças é entendida por Martes (2000) como uma tentativa de se reposicionar na hierarquia social dos Estados Unidos, diferenciando-se daqueles que não ocupam posições sociais privilegiadas.<sup>12</sup> Mas este “outro” também podem ser brasileiros. Em minha pesquisa de campo, ouvi de meus interlocutores muitos comentários negativos sobre brasileiros que “não possuem cultura”, vem do interior, não se esforçam em aprender inglês e cometem crimes e golpes, prejudicando a imagem dos demais brasileiros.<sup>13</sup> Por diversas vezes, estas características depreciativas eram atribuídas aos mineiros, que são os brasileiros mais numerosos na região.

Pesquisando brasileiros no Porto, Machado (2004) entende que há um processo de diferenciação entre brasileiros que pode ser entendido como um “jogo de centralidade”, que se trata de constantes avaliações realizadas por cada imigrante de seu próprio posicionamento em relação aos demais imigrantes. É um processo complexo, que exige diferentes variáveis, e implica a construção de fronteiras simbólicas que exclui outros. Assim, os brasileiros buscam aproximar-se do centro daquilo que representa a brasilidade, com as características positivas que são estratégicas para a inserção destes brasileiros no mercado de trabalho. Segundo Machado (2004), “a diferenciação é um instrumento

---

<sup>12</sup> Em pesquisa realizada por Resende (2002), brasileiros em Miami demonstram afinidades com outros latino-americanos, o que não parece acontecer em outras localidades dos Estados Unidos, como Nova York e Massachusetts. Margolis cita uma pesquisa em que 90% dos brasileiros identificam-se como não-hispânicos (Marrow 2002). Estudos sugerem que, entre brasileiros da segunda geração, a latinidade ou identidade hispânica é menos rejeitada (Marrow 2002, 2004), principalmente em contextos onde esta aproximação poderia representar vantagens.

<sup>13</sup> Diferenciações semelhantes entre brasileiros foram constatadas na pesquisa com brasileiros em diferentes localidades nos Estados Unidos, como na investigação de Margolis em Nova York (1994), Martes em Boston (2000) e Resende na Flórida (2002).

de poder que serve para distanciar os outros do centro das representações”.<sup>14</sup>

Concordo com Margolis (2008) de que este “outro” é recorrentemente atribuído em termos de classe econômica. Após migrarem, brasileiros de diferentes camadas sociais e capital educacional – desde sujeitos que freqüentaram apenas educação fundamental até aqueles com formação superior – com freqüência trabalham em empregos de pouco prestígio social. Assim, como comentou uma de minhas interlocutoras, “aqui não vale o diploma nem o dinheiro”, pois, segundo ela, o *status* social é definido através da situação migratória, já que os maiores privilégios – como a possibilidade de vir ao Brasil e voltar para o país – são daqueles que vivem legalmente nos Estados Unidos.

Na dinâmica das identidades, os brasileiros são bifocais (Margolis 2008), pois adotam diferentes identidades de forma simultânea. Assim, entre brasileiros, utilizam suas identidades locais ou regionais, e entre norte-americanos, que pouco ou nada conhecem sobre o Brasil, definem-se por meio de sua identidade nacional. Nesta dinâmica, os imigrantes experienciam situações de ambigüidade, já que a exposição à diversidade em áreas de alta segmentação étnica leva a rearranjos nas formas de representar pertencimento (Ribeiro 1998a, 1998b). Ribeiro ressalta que estas experiências resultam ainda na formação de identidades transnacionais, que refletem a vivência daqueles que vivem em dois contextos sociais, culturais, econômicos e políticos. Além da maior mobilidade, fragmentação e fluidez, estas identidades são também problemáticas, já que vivemos “em um mundo onde o pertencimento, enquanto cidadão, a um Estado-nação é a forma primordial de atribuir direitos e deveres aos indivíduos” (Ribeiro 1998a).

Estes arranjos e ambigüidades identitárias também estão relacionados ao contexto político e econômico dos processos migratórios. Como informa Ribeiro (1998b), a identidade brasileira é informada por elementos e atores como a comida, a música, a dança, futebol, rituais nacionais, o carnaval, especialistas do simbólico (pastores, jornalistas), apontando tanto para a confirmação de essencialismos quanto para a formação de novos hibridismos. Em um período em que cultura tem grande significação política e as políticas de

---

<sup>14</sup> É neste sentido que o Machado entende que os brasileiros no Porto desempenham uma subordinação ativa, procurando encaixar-se nos estereótipos de brasilidade, como serem trabalhadores e simpáticos, para se inserirem no mercado de trabalho de Portugal.

identidade revelam diferentes formas de inserção e hierarquias sociais, as manifestações distintas destes grupos representam também sua importância econômica e política. De acordo com Ribeiro (1998a), “este mesmo contexto cria os constrangimentos através dos quais os interlocutores válidos têm que navegar para qualificarem-se enquanto atores reconhecidos”. É neste sentido que o autor aponta que o multiculturalismo implica exotização e essencialização de culturas.

### **3. Conceitos-chave: *Transnacionalismo e Redes sociais***

Recorrentemente encontrados em estudos sobre migração internacional, os conceitos *transnacionalismo* e *redes sociais* merecem a atenção tanto na prática do antropólogo em campo pesquisando populações diaspóricas quanto no momento da escrita do trabalho. Em meu trabalho, assim como outras pesquisas realizadas com imigrantes, assumo que meus interlocutores participam de redes sociais e estão engajados em práticas transnacionais. Como afirma Seyferth (2010), o transnacionalismo tem sido bastante discutido nos estudos das migrações contemporâneas principalmente devido à intensidade dos fluxos e seus impactos em políticas da identidade que envolvem a transposição de fronteiras internacionais. Pontuo, entretanto, que os estudos sobre transnacionalidade são também importantes porque fazem parte da vida diária dos imigrantes, marcando suas experiências cotidianas, seus processos de identificação e suas relações com os participantes de redes sociais. As definições (e críticas) em relação a este conceito estão associadas a discussões sobre processos sociais mais amplos, como a globalização, e a novas formas de entender o papel e o poder dos Estados-nação na contemporaneidade.

Deste modo, os conceitos de transnacionalismo e globalização são desenvolvidos em relação um ao outro. Segundo Kearney (1995), a globalização constitui-se em processos que transcendem as fronteiras dos Estados-nação, e que estão se intensificando:

Globalização como usado aqui se refere a processos sociais, econômicos, culturais e demográficos que acontecem dentro das nações mas as transcendem, dada a atenção limitada aos processos locais, identidades e unidades de análise que produzem entendimentos incompletos do local. Em outras

palavras, estamos lidando com a “intensificação de relações sociais em todo o mundo que conectam localidades distantes de forma que acontecimentos locais são formatados por eventos ocorridos a muitas milhas de distância e vice-versa”. Além disso, está implícito nesta idéia o pressuposto de que a globalização está se intensificando. (Kearney 1995: 548-549; tradução minha)<sup>15</sup>

Para o mesmo autor, a globalização implica desafios para a produção do conhecimento antropológico, dado o compromisso dos antropólogos com estudos de comunidades locais e do deslocamento de contextos culturais para outros lugares. De acordo com Kearney, não se trata propriamente de um deslocamento do centro (as denominadas “nações ocidentais”) para as periferias, mas uma recusa desta própria dicotomia.

Já o transnacionalismo constitui, nas definições de Kearney, um processo mais limitado que a globalização, pois se daria no interior de um ou mais Estados-nação, e os transcenderiam, e seria o termo mais apropriado para lidar com questões como a migração internacional.

Transnacionalismo sobrepoem-se à globalização, mas tem um alcance mais limitado. Enquanto processos globais são descentrados de territórios nacionais específicos e acontecem em um espaço global, processos transnacionais estão ancorados em e transcendem um ou mais Estados-nação (7:5-10; 64). Assim, transnacional é o termo escolhido para referir-se, por exemplo, a migração de nacionais para além das fronteiras de um ou de mais nações (42-43, 70). De forma similar, corporações transnacionais operam em todo o mundo mais estão centradas em uma nação. (Kearney 1995: 548-549; tradução minha)<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Do original em inglês: “The land surfaces of the earth are mostly divided into national territories. Globalization as used herein refers to social, economic, cultural, and demographic processes that take place within nations but also transcend them, such that attention limited to local processes, identities, and units of analysis yields incomplete understanding of the local (7:11-12). In other words, we are dealing with “the intensification of world-wide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (38:64). Furthermore, implicit in this idea is the assumption that globalization is deepening”. (Kearney 1995: 548-549)

<sup>16</sup> Do original em inglês: “Transnationalism overlaps globalization but typically has a more limited purview. Whereas global processes are largely decentered from specific national

Ainda que o contexto atual mereça atenção para suas particularidades, é preciso ressaltar que a globalização não é um processo recente. Para Levitt e Jaworsky (2007: 146), a globalização contemporânea é um estágio em processos históricos mais amplos, e a frequência e intensidade das práticas transnacionais dos imigrantes ocorrem como resposta à intensificação ou diminuição da globalização. Seu impacto e abrangência são influenciados por precedentes históricos, ressonância cultural e modelos institucionais. Segundo as autoras, identidades híbridas e o pertencimento a diferentes formas de associação estão se tornando cada vez mais a norma, ao invés de serem exceção.

García Canclini define globalização e transnacionalização como estágios de processos históricos. O primeiro processo seria a internacionalização, que teria iniciado com as navegações transoceânicas, a abertura comercial das cidades européias para o Extremo Oriente e a América Latina e a colonização. Neste período, iniciaram o fluxo de pessoas, bens, capital e informação. A transnacionalização foi o processo seguinte, intensificado a partir da segunda metade do século XX, marcada pelo surgimento de organismos, empresas e movimentos que não apresentam sede em nenhum país, mas cujas interconexões ainda trazem a marca das nações de onde se originaram. Por fim, a globalização é caracterizada por uma interação mais complexa entre focos dispersos de produção, circulação e consumo, que são facilitados e promovidos pela tecnologia. Canclini afirma que a globalização foi se desenvolvendo a partir dos processos anteriores, através de uma intensificação de dependências recíprocas, crescimento e aceleração de redes econômicas e culturais que atuam mundialmente (Canclini 2003: 41-42)

As pressuposições de que, por meio da globalização, os processos sociais e culturais estariam se tornando mais fluidos e o uso recorrente nos estudos de termos como “fluxos” encontram no trabalho de Saskia Sassen uma importante ressalva. A autora entende a globalização como uma repadronagem de fluidez e mobilidade de um lado, e fixidez e bloqueios por outro, ao invés de um mundo abrangente de fluidez (Sassen 2000). Sassen entende os fluxos migratórios internacionais como “contrageografias da globalização” por estarem

---

territories and take place in a global space, transnational processes are anchored in and transcend one or more nation-states (7:5-10; 64). Thus transnational is the term of choice when referring, for example, to migration of nationals across the borders of one or of more nations (42-44, 70). Similarly, transnational corporations operate worldwide but are centered in one home nation”. (Kearney 1995: 548-549)

relacionados, de forma direta ou indireta, à economia global, ocorrerem, com frequência, à margem das leis e dos acordos, e envolverem, por vezes, ações criminosas. A autora alerta que estes fluxos desenvolveram estruturas que permitem a transposição de pessoas pelas fronteiras (podemos citar os *coyotes* na fronteira entre México e Estados Unidos), que beneficiam, através da criação de circuitos alternativos, mais os países desenvolvidos do que as pessoas que se arriscam nestes processos migratórios.

Neste contexto da globalização, Sassen chama a atenção para o processo de desterritorialização dos Estados-Nação e criação paralela de novos agentes nas decisões internacionais sobre direitos. Desta maneira, o Estado já não é mais o único lugar onde são identificadas a soberania e a normatividade, pois tem sua autonomia e soberania reduzidas em relação aos direitos e à cidadania, enquanto outros atores surgem com papel preponderante em questões de direito internacional, como as Organizações Não-Governamentais (ONGs), grupos minoritários e organizações supranacionais. Sassen declara que é possível “a emergência de uma sociedade civil internacional”, pois a soberania pode ser descentralizada, e há possibilidades, com o desenvolvimento da informatização, de novas formas de participação de sujeitos de distintos Estados.

Este processo de desterritorialização dos Estados é analisado por Appadurai como o surgimento de uma “cartografia pós-nacional”. Se, em sua definição, os Estados nacionais pressupunham “isomorfismo entre povo, território e soberania legítima”, estes estariam ameaçados pelas formas de circulação de pessoas características do mundo contemporâneo (1997: 02). Deste modo, esta mobilidade colocaria em cheque a correspondência entre território, cultura e etnia. Sem total controle sobre seu território, os Estados sofreriam, conseqüentemente, uma perda de sua soberania. Para entender este processo, o autor desenvolve o conceito de “translocalidade”, que abrangeria uma grande diversidade de manifestações de pessoas e produtos que estariam “deslocados” dos contextos dos Estados-nação. Este termo abrange também os deslocamentos, como o de migrantes que cruzam fronteiras internacionais.

Estas noções de perda de soberania dos Estados-nação no contexto contemporâneo da globalização recebem críticas de diversos autores. Para Santos (2000: 77), o Estado continua forte e a prova disso é que nem as empresas transnacionais, nem as instituições supranacionais dispõem de força normativa para impor, sozinhas, dentre de cada território, sua vontade política e econômica. Já Beck argumenta

que o Estado nacional resiste, não somente agindo sobre questões como a política interna, “mas para também dar forma ao processo de globalização e regula-lo transnacionalmente” (1999:193). Ainda, de acordo com Beck, os Estados continuam a ter protagonismo, mas de forma transnacional, híbrida e não territorial. Castells (1999) também coloca a existência de novos tipos de Estado, citando o processo de formação da União Européia, que ele define como Estado em Rede. Esta importância dos Estados nacionais pode ser percebida na formulação de políticas migratórias, incentivando ou limitando a entrada de imigrantes, ou ainda de políticas voltadas para cidadãos desterritorializados, como iniciativas mais recentes do governo brasileiro, citadas anteriormente.

Procurando estabelecer um campo específico de investigação empírica, os estudiosos de processos migratórios Portes e outros autores (1999) limitam o transnacionalismo a atividades de imigrantes, migrantes, empreendedores transnacionais e grupos culturais que frequentemente viajam para entreter a comunidade de migrantes nos países receptores. Estes autores definem transnacionalismo como a antítese da globalização, que é entendida como um projeto iniciado por e para o benefício de corporações multinacionais e Estados-nação. Também focando seus estudos em processos migratórios, Glick-Schiller apresenta uma definição de transnacionalismo mais ampla, compreendendo os estudos transnacionais como o estudo de vários tipos de elementos que cruzam fronteiras através de pessoas, textos, discursos e representações em vários níveis geográficos, o que é bastante útil para pensar as experiências de meus sujeitos de pesquisa. Juntamente com Basch e Blanc-Szanton, Glick-Schiller desenvolve a noção de *transmigrante*, para dar conta das vivências transnacionais de migrantes em todo o mundo:

Chamamos a experiência imigrante de “transnacionalismo” para enfatizar a emergência de um processo social no qual os migrantes estabelecem campos sociais que cruzam fronteiras geográficas, culturais e políticas. Imigrantes são entendidos como transmigrantes quando desenvolvem e mantêm múltiplas relações – familiares, econômicas, sociais, organizacionais, religiosas e políticas – que ultrapassam fronteiras. Nós entendemos que a multiplicidade de envolvimento dos migrantes tanto nas sociedades natais quanto na hospedeira é um elemento central de transnacionalismo. Transmigrantes agem,

tomam decisões e sentem preocupações em um campo de relações sociais que ligam seu país de origem e seu país ou países de estabelecimento.<sup>17</sup> (Glick-Schiller, Basch e Blanc-Szanton 1993: 07)

Estudiosos de globalização, transnacionalismo e processos migratórios têm feito importantes críticas às Ciências Sociais. Para Levitt e Glick-Schiller (2007), os estudos transnacionais têm permitido pesquisadores a irem além do “nacionalismo metodológico” que confunde conceitos-chaves das disciplinas. A autora define nacionalismo metodológico como uma orientação intelectual que assumem as fronteiras nacionais como unidades naturais de análise, que equipara sociedade com Estado-nação, e mistura interesses nacionais com objetivos das Ciências Sociais. Segundo Levitt e Glick Schiller, o nacionalismo metodológico tem sido uma barreira potente aos estudos dos processos transnacionais.<sup>18</sup> A autora exemplifica sua crítica afirmando que muitos pesquisadores que estudam migração e outros processos transnacionais tratam de ‘comunidades transnacionais’. Um dos problemas desta perspectiva é que ela privilegia uma unidade étnico-cultural de análise, definindo como unidade de estudo uma

---

<sup>17</sup> Do original em inglês: “We called this immigrant experience “transnationalism” to emphasize the emergence of a social process in which migrants establish social fields that cross geographic, cultural, and political borders. Immigrants are understood to be transmigrants when they develop and maintain multiple relations- familial, economic, social, organizational, religious, and political- that span borders. We came to understand that the multiplicity of migrants’ involvements in both the home and host societies is a central element of transnationalism. Transmigrants take actions, make decisions, and feel concerns within a field of social relations that links together their country of origin and their country or countries of settlement” (Glick-Schiller, Basch e Blanc-Szanton 1993: 07).

<sup>18</sup> Glick-Schiller e Levitt (2007) fazem distinções entre estudos transnacionais e estudos globais. Para as autoras, estes possuem dois níveis diferentes de análise. Em estudos globais, a principal preocupação é com fenômenos que afetam o planeta, já que entende que o termo globalização refere-se a períodos de relativo aumento da integração desigual do mundo através da produção capitalista, distribuição, marketing e consumo. Por outro lado, estudos transnacionais destacam processos e conexões que cruzam fronteiras de estados específicos, tendo um alcance mais limitado, como também aponta Kearney (1995). Nestes estudos, atores e instituições estatais são entendidos como participantes importantes em formatar, mas não limitar, as conexões sociais, culturais, econômicas e políticas de pessoas. Os estudos transnacionais permitiriam aos pesquisadores teorizar sobre o papel e a natureza do Estado, focando suas análises em seus processos e estruturas, ainda que não restringindo o campo de estudo a fronteiras de nenhum país. São também de interesse questões sobre a dinâmica entre redes transnacionais e ideologias de legitimação, uma interconexão que não tem sido examinada por teóricos do imperialismo. A partir da etnografia com cristãos fundamentalistas e estudos de nacionalismo a distância de haitianos realizada por Levitt, as autoras afirmam que é preciso desenvolver uma teoria de poder de abrangência global capaz de compreender a reestruturação contemporânea do poder imperial.

população não limitada por espaço ou tempo, mas contida em fronteiras de identificação nacional/étnica. Deste modo, ocorrem graves distorções das relações sociais dos migrantes, tanto localmente quanto transnacionalmente. Por exemplo, aquelas pessoas que escolhem identidades e relações sociais não confinadas a uma população étnica ficam de fora da pesquisa e do desenvolvimento da teoria. Além disso, há muitas maneiras possíveis que os imigrantes utilizam para organizar suas relações e identidades em uma nova terra e transnacionalmente, que os levam além das limitações da organização e identidade étnica. Em meu trabalho, procurei contornar este problema atentando não apenas para a relação dos brasileiros com outros brasileiros, mas também observando como convivem e constroem (ou não) relações com norte-americanos e imigrantes de outras nacionalidades, além de os situarem no contexto – temporal e espacial.

Também mantendo uma perspectiva crítica, Levitt e Jaworsky (2007) acusam a Sociologia de estar à serviço do Estado-nação desde seu início. Segundo as autoras, alguns dos primeiros debates acadêmicos nos Estados Unidos foram sobre como “tornar americanos” os imigrantes recém-chegados. Ainda de acordo com elas, este debate continua. De um lado, novas teorias de assimilação sugerem que, com o passar do tempo, a maioria dos imigrantes ficam em situação de igualdade em termos socioeconômicos com os norte-americanos nativos, mas que etnicidade e raça continuam sendo fatores importantes. Já a “assimilação segmentada” sugere que há diversas trajetórias possíveis de incorporação para os imigrantes, incluindo tornar-se parte do *mainstream*, que é majoritariamente branco, continuar étnico ou ainda tornar-se parte de classes de mais baixo *status* e experienciarem mobilidade econômica descendente. As autoras afirmam que ambas perspectivas reconhecem que padrões de assimilação, aculturação e integração variam de acordo com fatores como o país e contexto de partida, características dos migrantes e o contexto econômico, social e político das comunidades hospedeira e de origem dos imigrantes (Levitt e Jaworsky 2007: 130).

Nos anos 90, com atenção às práticas transnacionais dos sujeitos, pesquisadores de processos de migração internacional adicionaram uma terceira perspectiva a este debate. Eles passaram a discutir que alguns imigrantes continuam a ser ativos em sua terra natal ao mesmo tempo em que se tornam parte dos países para onde migram. Estes estudos descrevem como imigrantes e seus descendentes participam em processos familiares, culturais, sociais, econômicos, políticos e religiosos que cruzam fronteiras enquanto eles se tornam

parte dos lugares onde se estabeleceram (Levitt e Jaworsky 2007: 130-131).

Deste modo, nas duas últimas décadas, houve uma mudança significativa nos estudos de migração. Pesquisadores reconheceram que imigrantes contemporâneos, assim como seus antecessores, mantêm e mantinham laços com seus locais de origem ao mesmo tempo em que eram incorporados nos países para onde migravam. A vida social destes indivíduos e grupos atravessavam fronteiras ao mesmo tempo em que os traços políticos e culturais dos Estados-nação continuavam fortes (Levitt e Jaworsky 2007: 130). A migração, como lembram Levitt e Jaworsky (2007), nunca foi um processo único nem um *melting pot*, uma “tijela de salada multicultural”. Ao contrário, as autoras argumentam que a migração constitui um processo no qual migrantes, em graus variados, são simultaneamente incorporados em múltiplos lugares e camadas nos campos sociais transnacionais nos quais eles vivem. Assim, muitos aspectos da vida social destes sujeitos, acontecem cruzando fronteiras, ainda que os aspectos políticos das fronteiras dos Estados-nação continuem bem visíveis (Levitt e Jaworsky 2007: 130).

As práticas transnacionais<sup>19</sup> podem também ser entendidas como estratégias na qual os imigrantes se engajam para viverem em condições sociais e econômicas desfavoráveis. Como afirmam Levitt e Jaworsky (2007), muitos países não-industrializados tornaram-se economicamente dependentes das remessas de dinheiro dos imigrantes e formularam políticas e incentivos para assegurar sua continuidade. Cito, como exemplo, as iniciativas da Caixa Econômica Federal e do SEBRAE (Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) de dar aos imigrantes apoio técnico para empreendimentos na cidade mineira de Governador Valadares.<sup>20</sup> Levitt e Jaworsky observam que, enquanto os Estados Unidos são bem receptivos a imigrantes altamente qualificados e com inglês fluente, e é muito menos hospitaleiro àqueles com menor capital educacional e que não falam inglês. De acordo com as autoras, estes migrantes apresentam estilos de vida transnacionais porque não conseguem ter segurança econômica nem no país de origem

---

<sup>19</sup> O sociólogo Leslie Sklair (1991) define práticas transnacionais como conceitos abstratos que se referem a práticas dos agentes, e cujo sentido deriva dos contextos onde elas ocorrem. Deste modo, constituem fenômenos observáveis que podem fornecer dados para a teorização do sistema global, composto pelas esferas práticas transnacionais políticas, econômicas e cultural-ideológicas.

<sup>20</sup> Estas iniciativas fazem parte do programa de Remessas e Capacitação para Emigrantes Brasileiros e seus Beneficiários no Brasil lançado em 2009, e ocorrem em convênio com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) O programa é para brasileiros de Massachusetts e seus familiares da microrregião da cidade mineira de Governador Valadares.

nem nos Estados Unidos. Por outro lado, os imigrantes profissionais especializados têm capital cultural e humano que lhes permitem ter vantagens nos dois países, e adaptam voluntariamente seu estilo de vida (Levitt e Jaworsky 2007: 133). Isto é válido para os imigrantes brasileiros, mas com ressalvas. Ainda que o aspecto econômico seja importante para pensar suas práticas transnacionais, os imigrantes também formulam projetos migratórios que são realizados, em grande parte, no Brasil, e incluem aqueles que não migraram. Estes projetos, mesmo que sejam realizados a partir do dinheiro ganho com o trabalho dos migrantes, não podem ser reduzidos a fatores econômicos, pois há fatores sociais e culturais que também atuam nestes processos.

Levitt e Jaworsky (2007) pontuam que, de acordo com estudos sobre migração, as práticas transnacionais de imigrantes podem ser políticas (participação em eleições, campanhas, *lobbies*, partidos), sociais (mudanças na vida social das famílias, parentesco e construções de gênero, raça e classe, reprodução e transformações geracionais), culturais (formação de identidades híbridas), econômicas (envio de remessas de dinheiro, formação de mercados étnicos, formação de mercado de trabalho), religiosa (a importância da religião no estabelecimento, cotidiano e laços transnacionais de indivíduos e grupos). A participação e habilidade em campos sociais transnacionais variam de acordo com gênero, classe e raça, que se traduzem em diferenças no acesso a redes sociais e conhecimentos informais essenciais para o sucesso dos imigrantes. Imigrantes profissionais e de classe média tem capital social e cultural suficiente para assimilar elementos de onde eles vêm e para onde vão se estabelecer (Levitt e Jaworsky 2007: 139). É preciso ressaltar, no entanto, que apesar de terem este acúmulo de capitais social e cultural que facilitam a inserção de certos migrantes, o processo migratório e os ajustamentos a uma nova rotina diária não ocorrem sem conflitos individuais e em família (com os filhos ou questões de gênero que afetam os casais, como afirmo nesta tese), mesmo para aqueles provenientes de camadas médias do Brasil.

As práticas transnacionais variam ainda entre os imigrantes de acordo com as gerações. Muitos autores concordam que estas relações transnacionais são bastante frequentes na primeira geração de imigrantes, enquanto poucos acreditam que estas ligações persistam nas gerações seguintes. Como evidências, estes pesquisadores citam a falta de fluência na língua nativa e a não intenção dos filhos de imigrantes de retornarem para a terra de seus pais. Mas é importante também problematizar o fator geracional. Segundo Levitt e Jaworsky, é preciso

conceitualizar geração como um processo não-linear, sem as claras divisões entre as experiências entre pais, filhos e netos para dar conta da experiência de se viver em campos sociais transnacionais (Levitt e Jaworsky 2007:133-134). Em meu trabalho de campo, por exemplo, encontrei filhos de imigrantes brasileiros, nascidos nos Estados Unidos, com forte relação com avós e outros parentes residentes no Brasil. Há estudos também que mostram que a terceira geração de imigrantes retoma traços culturais da primeira geração, criando e recriando tradições que seus pais já tinham perdido.

A transnacionalidade, em seus discursos e práticas, evidencia que os imigrantes são participantes de redes sociais, que estabelecem ligações entre indivíduos presentes em pelo menos dois países. A adoção do conceito de redes sociais implica deslocamentos teóricos, com problematizações a termos como o de comunidade e de sociedade.<sup>21</sup> Lash e Urry (1994) entendem que social está deslocado, e é, cada vez mais, constituído por fluxos de pessoas, informações, bens e signos ou símbolos culturais. Segundo Urry (2000, 2003), através das mobilidades e fluxos, é possível fazer uma sociologia “além das sociedades”, substituindo conceitos de comunidade e sociedade. Urry e outros acadêmicos acreditam que o conceito de redes sociais é central para o entendimento da vida social contemporânea. Para Hannerz (1992), a sociedade é constituída por “redes de redes”, e há diferentes tipos de redes pessoais (especializadas, integradas, encapsuladas e isoladas). Castells (1999) também entende que a sociedade moderna está organizada em redes em todos os campos da vida social. Segundo o autor, estas redes estão entre lugares, e há um espaço de fluxos que está deslocando e sendo imposto sobre um espaço de lugares. Os lugares que ficam de fora deste espaço de fluxos apresentam grande desvantagem devido a uma exclusão estrutural.

Estudiosos mostram que a migração internacional é possibilitada por redes sociais. Estas buscam diminuir riscos e perigos

---

<sup>21</sup> A Escola de Manchester utilizava o termo “rede social” como ferramenta analítica há mais de sessenta anos. Nas décadas de 60 e 70, pesquisadores associados ao *Rhodes Livingstone Institute*, da Universidade de Manchester, coordenados por Clyde Mitchell e Max Gluckman, pesquisaram a migração do meio rural para o urbano de grupos africanos com foco nas redes sociais. São exemplos desta produção acadêmica os trabalhos dos antropólogos Mitchell (1969, 1974), Barnes (1972, 2010), Bott (1971) e Gluckman (1962). Antes deste período, Elizabeth Bott (1957), estudando famílias em Londres, com foco nos laços conjugais e de parentesco, observou a existência de redes (classificadas pela autora de abertas e fechadas) que tinham participações diferenciadas dos casais, que não participavam juntos de todas as atividades. Estes estudos podem ser compreendidos como uma tentativa de superação do paradigma estrutural-funcionalista, que marcava o período, no estudo da vida urbana.

presentes na migração internacional, que envolve, na maioria das vezes, a mudança para um lugar desconhecido. Por isso, são importantes os contatos e informações de familiares ou conhecidos na sociedade receptora. Além de ajudarem os imigrantes a se estabelecerem na sociedade de destino e a conseguirem trabalho, as redes sociais também são responsáveis pelo suporte emocional, envolvendo os sujeitos em redes de sociabilidade (Boyd 1989). Segundo Massey (1990), estas redes de migrantes constroem vínculos sociais que conectam indivíduos da sociedade de origem a indivíduos de determinadas sociedades de destino. Deste modo, a migração ocorre para lugares específicos, limitados pelo alcance destas redes. Os laços, que ligam tanto migrantes quanto outros indivíduos das sociedades receptoras, estabelecem papéis sociais e expectativas de comportamento. Dentre estes vínculos, as relações de parentesco costumam ser as mais seguras e estáveis, que constituem as bases mais importantes da organização social dos migrantes (Massey 1990).

Tilly (1990) afirma que as redes sociais são também responsáveis por transformações nas identidades étnicas. Em relações com indivíduos ou grupos na sociedade de destino, os emigrantes selecionam e reconstróem elementos da identidade de sua sociedade de origem. O autor conclui que, através destes elementos, ocorre uma reinvenção de determinados vínculos sociais. Portes (1995) também considera importante entender os migrantes como membros de redes sociais e grupos étnicos, que se utilizam de seu capital social para buscarem ascensão sócio-econômica. O autor, que critica as análises puramente economicistas da migração (Portes 1995, 1999), enfatiza que os ganhos financeiros e bens materiais adquiridos pelos migrantes não podem ser dissociados de fatores sociais, pois estes sujeitos estão inseridos em relações de reciprocidade nas redes das quais fazem parte.

Como observei em meu trabalho de campo, as redes sociais devem ser entendidas como fluidas, pois estão em um processo constante de fazer e refazer. Ao longo de suas trajetórias de estabelecimento em um novo contexto social, os migrantes formam e desfazem vínculos com outros indivíduos à medida que circulam e se inserem em meios sociais. Concordo com Ribeiro (1998a) que a socialização inicial do imigrante se faz internamente ao seu próprio segmento étnico e, com frequência, dentro do segmento do mercado de trabalho, denominado pelo autor de “segmento ilegal interno ao grupo”. Com o passar do tempo, os migrantes expandem sua rede social no local, adquirem maior compreensão cultural e linguística, e aumentam suas possibilidades de inserção social e sua capacidade de se beneficiar

de oportunidades diminuindo sua alta vulnerabilidade inicial em termos empregatícios (Ribeiro 1998a). Além do local de trabalho, são também importantes outros espaços de sociabilidade, como as igrejas e os mercados étnicos, que destaco mais adiante nesta tese. Uma vez que os migrantes se estabelecem, as “redes tendem a fundir as realidades locais e supralocais criando as condições através das quais um certo número de pessoas de uma dada área começa a usar os canais entre seus países de origem e lugares distantes” (Ribeiro 1998a).

Também deve-se estar atento a fatores importantes nas conexões e articulações das redes sociais, que diferenciam o acesso e inserção dos sujeitos, como capital social e gênero. Segundo Assis (2007), estudos mais recentes sobre migrações têm demonstrado o papel decisivo de mulheres nas articulações destas redes. Estas pesquisas mostram, ao contrário das feitas anteriormente, que as mulheres participam ativamente do processo migratório, e não apenas acompanhando pais, marido ou filhos. Assis afirma ainda que homens e mulheres utilizam-se de formas e em momentos diferentes das redes migratórias. De acordo com a autora, estudos sugerem que as mulheres recebem mais apoio de familiares, enquanto os homens estão mais ligados a relações de amizade (Assis 2007).

A perspectiva das redes sociais, no entanto, deve contemplar também a esfera do conflito. Como alertam Hondagneu-Sotelo (1994) e Grasmuck e Pessar (1991), as redes, assim como as relações domésticas, não são necessariamente coletividades coesas e unificadas, pois representam acesso diferenciado a relações de poder, que variam, entre outros fatores, de acordo com gênero e geração. A origem comum não implica necessariamente solidariedade étnica, e há distância social entre os imigrantes com longo período de permanência e os recém-chegados (Menjívar 2000). Os vínculos entre os participantes das redes dependem, como explica Massey (1987), do estranhamento do meio e da natureza das relações anteriores na comunidade.

A seguir, desenvolvo reflexões sobre o fazer antropológico e o trabalho de campo, entendendo que todo método implica um comprometimento teórico. Neste sentido, discorro sobre a participação e os afetos em minha etnografia, assim como o compromisso ético.

#### ***4. Implicação, participação e afetos: reflexões sobre Antropologia e método***

O debate ocorrido na revista *Current Anthropology* entre Nancy Scheper-Hughes e Roy D'Andrade (1995) ilustra uma polêmica que acompanha a Antropologia desde o início de sua história. De um lado, Scheper-Hughes defende uma antropologia militante, eticamente comprometida com os povos que estuda, e critica os antropólogos que pretendem uma pesquisa neutra e objetiva.<sup>22</sup> Por outro lado, D'Andrade faz uma severa crítica aos modelos morais na disciplina, afirmando que ao enfatizarem a opressão e a denúncia, estes modelos não são eficazes para o entendimento de “como o mundo funciona”, além de serem etnocêntricos.

Este debate evidencia as dificuldades em operar com as divisões rígidas da disciplina entre “ciência pura” e “aplicada” (Oliveira 2007). Apesar do início destas discussões não serem recentes, elas têm se intensificado nas últimas décadas. Novos contextos sociais, históricos e políticos foram acompanhados por mudanças nas reflexões e teorizações da disciplina (Ortner 1994, 2000). A Antropologia também enfrentou críticas por sua relação com o colonialismo. Segundo Asad e outros autores, o poder colonial possibilitou contato íntimo em que se baseia o trabalho de campo antropológico, mas garantiu que tal intimidade ocorresse de forma unilateral (Asad 1973). Além destas denúncias, os antropólogos enfrentaram transformações em suas relações com seus objetos das pesquisas, pois estes tornaram-se agentes políticos, forçando-os a refletirem sobre as possíveis consequências de seus trabalhos (Nader 2000: 612).

A antropologia praticada no Brasil é muitas vezes caracterizada por seu engajamento político.<sup>23</sup> Seja definido como cidadão (Peirano 1992) ou como ator político (Ramos 1990), o antropólogo brasileiro tem sua identidade associada ao comprometimento social com os grupos minoritários que estuda (Ribeiro 2004). Segundo Fleischer (2007), as versões “intervencionista”, “participativa”, “aplicada”, “da ação” e “da prática”<sup>24</sup> sempre estiveram presentes na história da antropologia no

---

<sup>22</sup> Sobre as diferenças entre neutralidade e objetividade, ver Luís Roberto Cardoso de Oliveira (2004).

<sup>23</sup> Além do engajamento político, a antropologia praticada no Brasil é também recorrentemente caracterizada por sua multiplicidade de paradigmas (Cardoso de Oliveira 1998).

<sup>24</sup> Estou ciente de que antropologias “intervencionista”, “participativa”, “aplicada”, “da ação” e “da prática”, assim como a denominada antropologia “militante” e “advocacy”, são

Brasil, embora de forma implícita. A autora cita os pontos que sustentaram esta “intervenção implícita” presente nas pesquisas de antropólogos brasileiros: estes sempre estiveram em diálogo com a construção interna das concepções de “nação” e “desenvolvimento”; a disciplina teve, desde seu início, um forte viés político; as pesquisas foram e são desenvolvidas majoritariamente “em casa” (Fleischer 2007).

Alguns autores admitem que a dimensão política é inerente a toda pesquisa antropológica, recusando, deste modo, as separações rígidas entre “antropologia fundamental” e “antropologia aplicada”. Mesmo reconhecendo que esta vocação política da antropologia nunca foi ou é muito clara (Calavia Sáez 2007),<sup>25</sup> estes autores argumentam que a política é parte integrante de toda antropologia acadêmica. Para Fleischer (2007), por exemplo, toda antropologia é militante, pois há uma marca política em toda escolha por tema, campo e interpretação numa pesquisa sem que haja, com isto, um abandono das bases teóricas, éticas e metodológicas da disciplina. Já Ramos afirma que não há pesquisa puramente acadêmica – segundo a autora, o que há é a possibilidade de excluir da obra os aspectos dialógicos, políticos, morais e éticos que estiveram presentes durante o processo de pesquisa (Ramos 1990).

Além disso, não se pode ignorar que toda prática antropológica está inserida dentro do campo histórico e político da sociedade pesquisada. Como aponta Latour, conhecer algo do ponto de vista epistemológico é pensá-lo como inseparável da moral e da política, pois a epistemologia de toda ciência acompanha processos históricos e sociais (Latour 1994). Pode-se ainda acrescentar que a dimensão política é constituinte da produção do conhecimento antropológico por este se dar através das relações estabelecidas entre o antropólogo e os grupos e / ou sociedades que estuda (Fabian 2002: 143).

Apesar do engajamento político ser uma das marcas do “estilo brasileiro de etnologia” (Ramos 1992), este nunca esteve livre das discussões que cercam as clivagens da disciplina entre “acadêmica” e “aplicada”. De acordo com João Pacheco de Oliveira (2007), este “mal-estar” é causado devido à violação de certas “verdades operacionais” da disciplina. Estas “verdades operacionais”, que o autor define como auto-representações da antropologia que seriam mantidas apesar das

---

diferenciadas em relação a seus objetivos e definições. Contudo, não é objetivo deste texto discutir estas distinções.

<sup>25</sup> De acordo com o autor, “a antropologia parece estar ‘à esquerda’ mais por uma inquietude ideológica ou por uma marginalidade acadêmica do que por incorporar concretamente as tradições intelectuais e as utopias da esquerda”. (Calavia Sáez 2008: 263)

transformações ocorridas na prática concreta da disciplina, seriam a externalidade do olhar antropológico, com a presunção da dissociação entre pesquisa e interesses políticos em jogo; a preocupação com a descrição objetiva baseada na observação, na abstração de inferências e no teste empírico, e o uso de categorias analíticas na busca de explicações distanciadas e mais eficientes que as “teorias nativas” (2007: 11-12).

Argumento que a superação destas “verdades operacionais” – o olhar externo do antropólogo em relação ao seu objeto, a ênfase na observação em campo e a preocupação com o distanciamento em relação aos “nativos”<sup>26</sup> – são fundamentais não apenas para o comprometimento ético entre o antropólogo e o grupo que estuda, como também para a própria construção do conhecimento antropológico. Concordando com Albert (1995a) de que a implicação social do pesquisador é um elemento constitutivo da própria relação etnográfica, e não mais uma opção política ou ética individual,<sup>27</sup> afirmo que toda a antropologia é implicada por causa não apenas do novo contexto mundial, que demandam responsabilidades dos antropólogos em relação a suas escolhas políticas e procedimentos éticos.<sup>28</sup> Esta antropologia é necessariamente implicada com seus “nativos” porque seu trabalho de campo envolve o estabelecimento de relações entre pesquisador e pesquisados e as negociações na qual se baseiam estas relações. Como explicita Oliveira, o que o antropólogo pesquisa em campo já não pode ser mais fruto exclusivo de interesse acadêmico, justificando apenas sua relevância científica, e não é apenas decidido entre o pesquisador e seu orientador em uma instituição de ensino. A comunidade com quem o antropólogo fará a pesquisa precisa aprovar sua presença e negocia os termos que envolvem esta aprovação (Oliveira 2007).

---

<sup>26</sup> O termo “nativo” aparece aqui entre aspas para demarcar, como aponta Oliveira (2007), que esta denominação trata de forma homogênea grupos de diferentes contextos históricos, sociais, políticos e culturais.

<sup>27</sup> Albert utiliza o termo “antropologia implicada” para recusar a oposição entre antropologia fundamental e pesquisa aplicada. Segundo o autor, há uma interdependência possível no que ele denomina de uma “antropologia das minorias” entre pesquisa científica e implicação social. (Cf. Albert 1995)

<sup>28</sup> É interessante perceber a inter-relação entre ética e política. Bastos aponta que há uma “essencialidade política” na “primordialidade da questão da ética no pensamento ocidental” desde “o processo de julgamento de Sócrates, nome que marca os começos formais da Filosofia”, no século V a.C. na Grécia. Para Sócrates, através da razão era possível discernir entre o Bem e o Mal. Bastos informa que após o julgamento do filósofo, duas posturas opostas em relação à ética podem ser encontradas: a de Platão, “para quem o Bem é real e inteligível”, e a de Aristóteles, que aponta “a relatividade e a fragmentação do Bem em muitos bens”. (Bastos 1998: 99-100)

O trabalho de campo deve, portanto, ser pensado como um processo de comunicação (Oliveira 2007) entre o antropólogo e a comunidade estudada, construído conjuntamente de forma dialógica (Clifford 1986, Cardoso de Oliveira 1998), e não de maneira unilateral. Nestas negociações estão implicadas não apenas as expectativas do antropólogo, mas também as expectativas do grupo estudado, e algumas vezes a exigência de engajamento nas suas causas, devolução dos resultados da pesquisa e seus desdobramentos, etc (Fleischer 2007). O próprio objeto da pesquisa e sua abordagem acabam sendo “negociados” durante a própria pesquisa, como, por exemplo, quais e quantas pessoas serão pesquisadas, qual o recorte, qual a duração do tempo da pesquisa, entre outras (Marcus e Fischer 1986).

Considerando que toda pesquisa antropológica é necessariamente implicada por conta das negociações com o grupo que estudado que viabilizam a pesquisa, e, principalmente, devido à natureza dialógica da produção de conhecimento, passarei agora a discutir a metodologia que acredito ser necessária para que a comunicação entre pesquisador e pesquisados seja realmente parte integrante, e não acessória, da pesquisa. Para isto, é necessário problematizar um dos elementos singulares da disciplina, que é a observação participante. Seguindo as críticas formuladas por Favret-Saada (Favret-Saada 1977, 2005, Favret-Saada & Contreras 1981), destaco a importância de se enfatizar a participação – e não a observação – do antropólogo na pesquisa etnográfica, atentando para a relevância da “experiência da relação” (Adorno 2008) no processo de construção de seu conhecimento sobre (e com) o grupo estudado. A participação recusa as “verdades operacionais” que causam o “mal-estar” da Antropologia, pois não requer um olhar externo de um pesquisador-observador nem tem o distanciamento entre pesquisador e pesquisados como fundamentos de sua teoria e metodologia.

#### ***4.1. Afeto e participação***

Além das discussões envolvendo o engajamento dos antropólogos com o grupo que pesquisa, outras polêmicas cercam a metodologia do trabalho de campo antropológico, principalmente em relação à “observação participante”. O envolvimento do antropólogo com seus “nativos” e as relações estabelecidas entre ambos sempre geraram “mal-estar” na disciplina (Oliveira 2007). Na década de 80, Cicourel chamou a atenção para perigo do pesquisador, através de grande envolvimento com seus “nativos”, tornar-se um deles, sem atentar para as consequências deste envolvimento para a pesquisa. Este

perigo se daria por não haver regras claras que estabelecem o papel do pesquisador no campo deste o início de sua inserção (Cicourel 1990). Já Durham, ao contrário, apontou a importância da identificação do pesquisador com seu objeto, para que haja uma compreensão “de dentro”. Mas destacou o risco de se utilizar categorias “nativas” para explicar questões da ordem social (Durham 1986).

Se existe este perigo do envolvimento demasiado do antropólogo com o grupo pesquisado, o meio para evitá-lo seria estabelecer um distanciamento entre investigador e investigados de modo a “não contaminar” o conhecimento produzido. Como ressalta Oliveira (2007), a viagem, um simples meio, foi realizada por muitos antropólogos como componente de um método: ao escolher objetos de investigação distantes geograficamente e fortemente contrastantes a seu universo sócio-cultural, o investigador ocidental assegurava a separação radical entre sujeito e objeto.<sup>29</sup> Fabian (2002) destaca que a viagem não foi um artifício que produzia apenas um distanciamento geográfico, mas principalmente um distanciamento temporal, que, segundo o autor, seria o mecanismo primordial do estranhamento antropológico. Como argumento ao longo do texto, minha viagem aos Estados Unidos para realizar o trabalho de campo não tinha como objetivo o distanciamento, mas uma aproximação, que me permitiram problematizar teorias e produzir conhecimento.

Quando se pensa o trabalho de campo como um processo de comunicação, de caráter situacional e dialógico (Oliveira 2007), as questões que cercam o envolvimento e/ou o distanciamento do antropólogo com o grupo que pesquisa adquirem novas conotações. Primeiro, considera-se o papel ativo de nossos sujeitos de pesquisa, que não são meros objetos a serem observados, pois, como aponta Oliveira (2007), “conformam nosso ritmo de vida, mexem com nossas emoções, interferem na coleta de dados, na elaboração de interpretações, na formulação de hipóteses e metodologias”. Segundo, destaca-se a importância da experiência desta relação dialógica. Concordando com Rabinow, o trabalho de campo é um tipo distinto de atividade cultural

---

<sup>29</sup> Como lembra Fonseca, os primeiros etnógrafos foram em busca do “exótico”, mas motivados pelo desejo de conhecerem a si mesmos. “Basta ler o diário de Malinowski — escrito entre 1914 e 1918 durante sua estada nas ilhas do Pacífico — para obter a prova. Para cada observação científica registrada em suas notas de campo, encontramos uma réplica no diário íntimo, onde ele confessa suas angústias sexuais, aversão aos indígenas e saudades da vida européia.” (Fonseca 2000: 209). Para Fleischer, os etnógrafos brasileiros, por desenvolverem a maior parte de suas pesquisas “em casa”, não foram em busca do exótico, mas do diferente. A idéia de “diferença”, portanto, mais do que a de “exotismo”, fundamenta a Antropologia praticada no Brasil. (Fleischer 2007).

que define a Antropologia. Assim, a força da disciplina reside nesta atividade experiencial, reflexiva e crítica (Rabinow 1977: 05).

Um dos momentos que marcam fortemente este caráter dialógico do trabalho de campo e as questões éticas envolvidas é o momento de negociação da identidade do pesquisador com o grupo pesquisado (Luís Roberto Cardoso de Oliveira 2004). Na conhecida etnografia de Foote-Whyte, realizada na década de 30 nos Estados Unidos, podemos perceber que, em alguns momentos, o pesquisador utilizou a estratégia de representar papéis como “nativo” em campo.

A princípio minha preocupação foi integrar-me em Cornerville, mais tarde no entanto tive que encarar o problema do meu nível de inserção na vida no bairro. Defrontei-o uma noite, quando passeava na rua com os Nortons. Tentando penetrar no espírito de uma conversa trivial deixei escapar uma série de obscenidades e palavrões. A caminhada foi interrompida quando todos pararam para me olhar surpreendidos. Doc meneou a cabeça e comentou: “Mill, você não devia falar deste modo, isto não combina com você”.

Procurei explicar que estava apenas empregando termos usuais na rua. Doc, no entanto, insistiu que eu era diferente e que desejava que eu continuasse assim.

Esta lição teve um alcance maior do que o uso de obscenidades e palavrões. Descobri que as pessoas não esperavam que eu fosse iguais a elas; na verdade, sentiam-se atraídas e satisfeitas pelo fato de me acharem diferente, contanto que eu tivesse amizade por elas. Em consequência parei de esforçar-me por uma integração completa. Ainda assim meu comportamento foi afetado pela vida na rua. Quando John Howard veio pela primeira vez de Harvard para colaborar no estudo sobre Cornerville notou imediatamente que me expressava em Cornerville de modo diferente do usual em Harvard. (Foote-Whyte 1990: 82; grifos meus)

Vemos que esta situação levou o pesquisador a refletir sobre sua própria relação com seus pesquisados e as expectativas que estes tinham em relação a sua atuação em campo, que não era, como Foote-Whyte percebeu, a de agir conforme eles. No entanto, este “ser afetado”, que

sublinhei no texto, não levou o pesquisador a considerar esta experiência como instrumento de conhecimento, com estatuto epistemológico, em sua pesquisa, conforme defendo e discuto mais adiante.

Estas questões relativas à identidade do pesquisador em campo acompanharam meu processo de pesquisa desde o início. Antes de iniciar minha etnografia com imigrantes brasileiros em Boston, nos Estados Unidos, fui questionada se me tornaria uma imigrante e, neste caso, teria minha identidade equiparada às identidades de meus “nativos”. Além desta pergunta, era constantemente lembrada de que meus contatos em campo se dariam através de minha irmã, que migrou para os Estados Unidos em 2001 e viveu lá indocumentada até junho de 2011, quando retornou ao Brasil. Como apontei anteriormente, eu não era vista por meus interlocutores como “imigrante”, mas como “estudante”, por ter ido aos Estados Unidos para pesquisar, sem a intenção de ter um emprego e ganhar dinheiro, e ainda por causa de meu visto J1,<sup>30</sup> que me conferia *status* legal no país. Devido a estas complexidades, acredito que a própria definição da categoria “imigrante” – quem é ou não denominado “migrante”, precisa ser problematizada.<sup>31</sup> Trago aqui estas reflexões para concordar com Goldman de que a idéia de “virar nativo” não constitui um verdadeiro

---

<sup>30</sup> O visto J1 era uma exigência da Capes para me conceder a bolsa de doutorado-sanduíche, e é obtido apenas com documentos específicos emitidos pela universidade (ou outra instituição de ensino norte-americana) que recebe o estudante ou pesquisador na qualidade de “visitante”. É concedido a intercambistas, acadêmicos, *au-pairs* e estagiários, e se difere do visto F1, que se destina a estudantes estrangeiros que frequentam uma universidade ou outra instituição acadêmica nos Estados Unidos, incluindo as escolas primárias e secundárias ou um programa de treinamento de idioma. Ambos são vistos temporários, concedidos a não-imigrantes, e dão direito ao portador de ter outros documentos norte-americanos, como o *Social Security Number* e a carteira de motorista.

Informações sobre estes e outros vistos estão no *site* da Embaixada dos Estados Unidos (<http://portuguese.brazil.usembassy.gov/pt/types-fees.html>).

<sup>31</sup> A necessidade de se problematizar a definição da categoria “migrante” vem sido apontada por diversas autoras. Seyferth (2008) mostra como o termo “imigrante” passou por mudanças de significados ao longo da história da imigração do Brasil, apresentando conseqüências políticas. A autora lembra que a categoria sempre gerou posicionamentos contraditórios, sendo a migração, algumas vezes, vista como necessária, e, em outras, caracterizada como perigo e responsabilizada por situações de crises. O questionamento da noção de “imigrante” também é feito por Rial. A autora lembra que esta categoria não é recorrentemente utilizada nas sociedades européias para classificar jogadores de futebol brasileiros que jogam em clubes de lá, nem é aplicada por eles para se referirem a si mesmos (Rial 2008). Rial (2006) e Piscitelli (2004) mostram que imigrante é uma categoria utilizada na Espanha para designar populações específicas, como africanos ou trabalhadores vindos de países de língua espanhola da América Latina ou do Leste Europeu.

problema para a pesquisa nem tem muita utilidade (Goldman 2003)<sup>32</sup> quando o antropólogo não busca a identificação com o grupo que estuda, nem encara seu envolvimento em e no campo como empecilho para o desenvolvimento de sua pesquisa.

Ao recusar as discussões sobre tornar-se ou não “nativo”, utilizo a obra de Favret-Saada para explicitar a importância da experiência para a construção do conhecimento antropológico e a realização de minha etnografia. A antropóloga francesa, no início de sua pesquisa sobre a feitiçaria na região de Bocage, recebia inicialmente a resposta dos camponeses de que a feitiçaria não existia – era apenas um estereótipo produzido por parisienses para falar sobre aquela região e sua população. Foi apenas depois de um ano de convivência com os camponeses que Favret-Saada percebeu que estava sendo identificada como “desenfeitiçadora” por alguns e como vítima de feitiços, por outros, e só então passou a ter acesso às informações que procurara. A antropóloga provocou polêmica ao assumir o papel de “desenfeitiçadora” e participar ativamente de rituais que procuravam “libertar” aqueles que eram “pegos” por feitiços. A autora explicitou posteriormente que o dispositivo metodológico que utilizara durante a pesquisa não fora “observação participante”,<sup>33</sup> pois a simples observação a impediria de ter acesso ao sistema de comunicação que consistia a feitiçaria. A participação, ao invés da observação, fora seu instrumento de conhecimento (Favret-Saada 2005: 157).

Concordando que cada método exige um compromisso teórico (Cardoso 1986), cabe aqui fazer mais algumas considerações em torno da participação. Nesta participação, segundo Favret-Saada, é necessário

---

<sup>32</sup> O debate entre “tornar-se nativo” ou adotar o “ponto de vista dos nativos” pode ser encontrado em Geertz. De acordo com o antropólogo norte-americano, a publicação do diário de Malinowski contribuiu para o fim do mito da integração total entre antropólogo e a comunidade pesquisada. Segundo Geertz, não se pode acessar com neutralidade o “ponto de vista dos nativos”, pois o antropólogo tem suas próprias concepções. O que é possível, de acordo com o autor, é que haja uma compreensão, realizada através da articulação de conceitos distantes (“nativos”) e conceitos próximos (antropológicos).

<sup>33</sup> É importante perceber que as críticas da autora também podem ser estendidas à “participação observante”, se entendermos, como explica Cardoso (1986: 101), que esta metodologia passou a ser aplicada com a reinvenção da empatia como forma de compreender o outro – o que Favret-Saada também critica. No entanto, esta “participação observante” citada por Cardoso parece ser diferente da utilizada na pesquisa de Wacquant (2002), que contava com uma maior experimentação do pesquisador no universo de seus pesquisados, os lutadores de boxe, incluindo uma vivência corporal. Este autor não abandona a observação, que ocorre inclusive em relação às transformações de seu próprio corpo (e espírito) na prática dos treinos, mas esta está aliada a uma intensa experimentação.

que o antropólogo reative “a velha sensibilidade” e aceite “ser afetado” pelo trabalho de campo. De acordo com a autora, aceitar “ser afetado” não implica que o etnógrafo “se identifique com o ponto de vista indígena, nem que aproveite a experiência de campo para exercitar seu narcisismo” (Favret-Saada 2005: 160). Também não se trata de um processo de conhecimento por empatia ou identificação<sup>34</sup> com o “ponto de vista do nativo”.

Afirmo, ao contrário, que ocupar tal lugar no sistema da feitiçaria não me informa nada sobre os afetos do outro; ocupar tal lugar afeta-me, quer dizer, mobiliza ou modifica meu próprio estoque de imagens, sem contudo instruir-me sobre aquele dos meus parceiros. (Favret-Saada 2005: 159)

A autora afirma que a participação permite a construção de um conhecimento que apenas a observação não tornaria possível. A antropóloga francesa também criticou os etnógrafos por desprezarem toda sua experiência em campo como fatos que ocorreram de forma voluntária e intencional. Favret-Saada propõe, ao contrário, conceder estatuto epistemológico às situações de comunicação que ocorrem de modo involuntário e não-intencional (Favret-Saada 2005: 160). Como informa Goldman, é só com o tempo que os antropólogos podem estabelecer estas situações de comunicação e chegarem a ser afetados pelos acontecimentos imprevisíveis que ocorrem durante o trabalho de campo. Neste sentido, o tempo não é somente um meio externo para as relações, mas constitui uma relação em si mesmo (Goldman 2005).

Ao aceitar ser afetado, o antropólogo não trabalha apenas com a observação, que seria, de acordo com as críticas de Favret-Saada, uma metodologia que contribuiu para que a Antropologia desqualificasse a palavra dos “nativos” e promovesse a do etnógrafo (Favret-Saada 2005). Enfatizar a importância dos afetos em campo – cabe esclarecer, afetos são entendidos aqui não simplesmente como emoções ou sentimentos, mas como “processo de afetar” ou de “ser afetado” – acarretaria ainda deixar de lado as polêmicas entre adotar ou não o “ponto de vista nativo” ou de tornar-se ou não “nativo”. Na proposta de Goldman,

---

<sup>34</sup> Durham (1986: 26) cita a ênfase na participação do antropólogo na pesquisa de campo como um esforço consciente de identificação do pesquisador com a população que estuda. Segundo Durham, em sociedades primitivas, esta participação seria mais objetiva do que subjetiva, pois embora o antropólogo conviva com a população, permanece um estrangeiro. Já nas pesquisas em contexto urbano, cujo universo cultural é comum ao pesquisador, a participação do pesquisador é mais subjetiva do que objetiva, pois o antropólogo raramente reside com a população que estuda e compartilha suas condições de existência.

“fazer etnografia poderia ser entendido, antes, sob o signo do conceito deleuziano de “devir” – desde que, é claro, sejamos capazes de entender bem o que poderia consistir esse “devir-nativo” (Goldman 2003: 464). Este “devir”, explica o autor, seria “o movimento através do qual um sujeito sai de sua própria condição por meio de uma relação de afetos que consegue estabelecer com uma condição outra” (Goldman 2003: 464). “Devir-nativo” seria aceitar ser afetado por algo pelas mesmas forças que afetam os “nativos”. Através deste afeto, é possível estabelecer uma relação com os sujeitos de pesquisa que permite aproximar (e não distanciar) o antropólogo de seus “nativos” e de suas questões relevantes, como também conceder um estatuto epistemológico à experiência da relação entre pesquisador e pesquisados, o que, segundo Favret-Saada, não ocorre com a “observação participante”.

Considero que esta experiência da participação representa também uma abertura do antropólogo para as questões que o próprio campo propõe (Cardoso de Oliveira 2004: 21). Aceitar ser afetado supõe ainda o risco de colocar o projeto de conhecimento do etnógrafo à prova. Se tomarmos a sugestão de Turner, podemos entender que este perigo é inerente a toda experiência. A etimologia de experiência, ressalta o autor, deriva do indo-europeu *per*, cujo significado literal é “tentar, aventurar-se, correr riscos”. Em grego e latim, experiência associa-se a perigo, pirata e *ex-per-imento* (Turner 2005: 178).

Ruth Cardoso chamou a atenção para a falta de uma crítica teórico-metodológica consistente no campo das Ciências Sociais no Brasil e para a necessidade de se atentar às armadilhas e limitações dos métodos qualitativos (Cardoso 1986). Ao considerar a participação do etnógrafo no trabalho de campo, pretende-se problematizar um de seus instrumentos metodológicos mais utilizados, a participação-observante, que muitas vezes é realizada nas pesquisas antropológicas sem reflexões preliminares. Além disso, “ser afetado”, mais do que a observação, permite que o processo de conhecimento seja construído de forma dialógica. Neste processo adquirem importância as situações imprevisíveis – ou comunicação não-intencional ou involuntária, nas palavras de Favret-Saada (2005) – que ocorrem durante o processo de pesquisa, que, como afirma Peirano (1992), fazem parte das pesquisas qualitativas, assim como a biografia do pesquisador e suas opções teóricas.

Este aspecto experiencial da etnografia nos ajuda a compreendê-la como um processo prático, não como método ideal ou como texto (Oliveira 2007). Concordando com Oliveira (2007), “trabalhar de forma científica nesse caso não é pretender dissolver-se na

enunciação de uma categoria ou lei geral, mas ser capaz de recuperar a singularidade e originalidade da experiência que a propiciou” (Oliveira 2007: 23). Se considerarmos a importância do “ser afetado” no trabalho de campo, adotando a participação como instrumento metodológico, percebemos que a singularidade da pesquisa antropológica não está em seu distanciamento em relação a seus objetos de pesquisa, mas, ao contrário, em sua aproximação, constituindo a possibilidade da construção de um campo de comunicação entre o pesquisador e seus pesquisados. Como informa Adorno (2008), é esta possibilidade de experiências em situações, que mesmo não sendo corriqueiras em seu cotidiano, que aproximam o antropólogo da experiência do outro. Esta experiência da relação recoloca a questão ética na pesquisa,

deslocando-a de uma situação protocolar ou normativa, para fazer parte da própria pesquisa e das mediações e instâncias de contato, relações, experiências vivenciadas e partilhadas com os “outros” no espaço da pesquisa, como uma situação “liminar” na qual se coloca ao lado de sujeitos que estão nas situações cotidianas em espaços sociais diferentes, mas compartilhando o mesmo tempo social do investigador (Adorno 2008: 156-7).

A participação do pesquisador é, portanto, uma opção metodológica que, segundo Adorno, problematiza a comunicação do trabalho de pesquisa e expressa ainda uma determinação ética em seu envolvimento com os sujeitos da pesquisa. Segundo o autor, este envolvimento entre os antropólogos e seus interlocutores contribui para uma atitude não discriminatória desses sujeitos (Adorno 2008: 155).<sup>35</sup> Acrescento que este envolvimento tem suas dimensões éticas também porque permite uma abertura do pesquisador em relação às questões que seus interlocutores apresentam e propicia uma relação mais igualitária entre pesquisador e seus pesquisados.

---

<sup>35</sup> Adorno lembra a tradição dos antropólogos culturais americanos, como Bourgeois, que tiveram desde a década de 20 a preocupação com as populações que viviam nas margens da sociedade e que eram assim hostilizadas, que causaram polêmicas no âmbito acadêmico por violarem os cânones da pesquisa positivista ao tornar-se intimamente envolvido com os sujeitos de sua pesquisa. (Adorno 2008)

Considero relevante lembrar também das críticas enfrentadas por Sidney Mintz por sua relação de amizade com Taso, seu informante. Mintz explicou que a amizade e afetividade não o impediram de conhecer a “verdade” ou a “realidade” – pelo contrário, permitiram-no aproximar-se e ter acesso à história de vida de Taso. Para o pesquisador, esta relação próxima é fundamental para a compreensão das diferenças e o combate ao etnocentrismo. (Cf. Mintz 1984)

O distanciamento deixa de ser, portanto, um elemento constituinte e necessário do trabalho de campo. Quando o pesquisador aceita “ser afetado”, ele não exerce somente uma observação externa. Deste modo, estas duas “verdades operacionais” da disciplina, identificadas por Oliveira, já não devem mais causar “mal-estar” e demarcar as fronteiras entre antropologia “acadêmica” e antropologia “aplicada”. Ou melhor, ao propor a importância da participação e dos afetos, podemos entender que toda pesquisa antropológica é implicada, pois a participação do antropólogo é parte constitutiva e necessária do processo de conhecimento. Além disso, o trabalho de campo passa a ser pensado e praticado como um processo de comunicação entre o pesquisador e o grupo com o qual a pesquisa é realizada. Neste processo estão implícitos compromissos éticos, como o de não sobrepor a análise do pesquisador sobre a explicação “nativa”.

Esta antropologia implicada que tem a participação como metodologia (e teoria, se pensarmos que ambas possuem relação estreita), não apresenta como problema as questões relativas a “tornar-se nativo” ou adotar o “ponto de vista do nativo”. A partir desta perspectiva, meu trabalho de campo passa a ser o de “devir-migrante”, o que não significa exatamente tornar-me migrante, mas permitir-me “ser afetada” pelas mesmas experiências que afetam meus “nativos”. Tampouco isto me possibilita acessar as experiências do “outro”, mas contribui para refletir e transformar meus próprios repertórios sobre migrantes e migrações.

É importante também enfatizar que reflexões sobre ética permeiam as escolhas metodológicas da pesquisa. No entanto, concordando com Langdon, Maluf e Tornquist (2008), não se pode reduzir a discussão ética apenas à questão metodológica. Neste sentido, a postura reflexiva e crítica deve fazer parte de todo o processo de pesquisa, não apenas durante o trabalho de campo. Como lembram as autoras, a dimensão metodológica e a ética formam as bases de uma antropologia crítica e comprometida, mas é preciso estar sempre consciente da questão política inerente a todo trabalho de campo, que envolvem questões como os desdobramentos da “situação colonial” (Langdon, Maluf e Tornquist 2008: 144).<sup>36</sup>

Preocupações éticas estão presentes tanto no “estar lá” quanto no “escrever aqui” (Geertz 1989). Deste modo, é pertinente a

---

<sup>36</sup> Reflexões sobre a produção da etnografia e do conhecimento antropológico são antecipadas por diversos autores, como Evans-Pritchard (1978), Velho (1980), Peirano (1995), Silva (2000), Grossi (1992) e Da Matta (1974, 1987b).

consideração de Goldman de que o ato de escrever modifica aquele que escreve. Na antropologia, a leitura das notas e dos cadernos de campo, a imersão no material coletado e, principalmente, a própria escrita etnográfica revivem o trabalho de campo, fazem com que sejamos afetados de novo (Goldman 2003).

### ***5. Problematizando Comida e Identidade***

Para realizar minha pesquisa sobre as práticas e saberes alimentares de imigrantes brasileiros na Grande Boston, retomei a literatura antropológica, que considera a alimentação um elemento privilegiado para o estudo da vida social por suas dimensões sócio-culturais. Estes estudos têm destacado que os seres humanos não se alimentam apenas de nutrientes, mas também de símbolos e representações que atribuem aos alimentos que consomem. A comida, como ensina Lévi-Strauss, não é boa para pensar porque é boa para comer, mas é boa para comer porque é boa para pensar: primeiramente os seres humanos classificam os alimentos, e depois os inserem ou não na ordem do comestível (Lévi-Strauss 1965). Além do ato alimentar, as etiquetas à mesa e os modos de preparo dos alimentos são também atos concretos que se constituem em lugares de leitura de valores e representações culturais (Poulain 2004). Comer é ainda uma atividade rotineira que assume uma posição central no aprendizado social, e pode ser revelador da cultura em que cada um está inserido (Mintz 2001).

A literatura antropológica retrata as relações entre alimentação, cultura e sociedade, trazendo a alimentação como elemento de distintividades e semelhanças entre grupos sociais. Segundo Douglas, qualquer culinária está relacionada a uma visão de mundo, a uma cosmologia. O sistema culinário ordena o mundo de uma forma específica – identificar uma comida é identificar seu lugar específico, o que compreende distinguir e classificar os elementos nos quais consiste a alimentação (Douglas 1971). A comida marca tanto uma ação universal (Lévi-Strauss 1965), como define identidades e estilos de vida regionais e nacionais: “os alimentos que incorporamos nos incorporam por sua vez ao mundo, nos situam no universo” (Fischler 1995: 375). A necessidade de comer está inserida em um sistema de valores próprio de cada cultura, como demonstra Lévi-Strauss ao fazer uma analogia entre o sistema culinário e a 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).

Grande ênfase das pesquisas na área da Antropologia da Alimentação foi dada a questões sobre comida e identidade. Salientando esta relação, Maciel afirma que a construção da cozinha acompanha os processos de identificação a qualquer unidade de pertencimento - seja um país, seja uma região, um grupo étnico ou outro conjunto:

A alimentação, quando constituída como uma cozinha organizada, toma-se um símbolo de uma identidade, atribuída e reivindicada, por meio da qual os homens podem se orientar e se distinguir. Mais do que hábitos e comportamentos alimentares, as cozinhas implicam formas de perceber e expressar um determinado modo ou estilo de vida que se quer particular a um determinado grupo. Assim, o que é colocado no prato serve para nutrir o corpo, mas também sinaliza um pertencimento, servindo como um código de reconhecimento social (Maciel 2005: 50).

A alimentação, segundo diversos autores, pode expressar tanto identidades quanto diferenças culturais que são construídas nas experiências migratórias. Como afirmam Contreras e Gracia, a comida é um elemento importante que serve para que os grupos tomem consciência de sua diferença e etnicidade – entendida pelos autores como um sentimento de fazerem parte de uma entidade cultural distinta – de forma que seu compartilhamento pode significar o reconhecimento e aceitação ou incorporação destas diferenças (Contreras e Gracia 2004: 217). O trabalho de Menezes nos traz um exemplo da distintividade entre migrantes através da alimentação. A pesquisadora observa a relação entre os camponeses do Agreste e Sertão Nordeste que migram sazonalmente para trabalhar na lavoura de cana e os membros da sociedade receptora. Ela conclui que “embora a mudança dietética evidencie a troca entre as duas culturas, as diferenças no costume alimentar são símbolos, através dos quais se expressam alguns conflitos entre os dois grupos” (2002: 168). Segundo Menezes, os pernambucanos construíram a crença de que os paraibanos misturavam alimento salgado com o doce para marcar distintividades.

Discutindo sobre as relações entre comida e identidades nacionais e étnicas, alguns autores argumentam que a continuidade de um sistema alimentar étnico depende do grau de segregação do grupo

social tido como minoria no conjunto de uma sociedade mais ampla. O sociólogo norte-americano Herbert Gans (1962), estudando uma comunidade italiana nos Estados Unidos, observa que os itens da culinária italiana são muito mais valorizados em situações que contrariam as regras sociais do grupo, como de um casamento de um de seus membros com um *outsider*.<sup>37</sup> Já Peter Fry (1982) analisa por que a feijoada tornou-se símbolo de nacionalidade brasileira, diferentemente do que ocorreu nos Estados Unidos, onde é classificada como *soul food* – símbolo da negritude utilizado por movimentos negros. O autor inspira-se na teoria da poluição e sujeira de Mary Douglas, que diz que partes da sociedade e da natureza que são classificadas como estando fora da estrutura formal de poder são consideradas sujas e poluidoras, mas que, ao mesmo tempo, são dotadas de certos poderes e representam perigos. O autor conclui que quando símbolos de fronteiras étnicas são convertidos em símbolos que afirmam os limites da nacionalidade, converte-se o que eram originalmente perigosos em algo “limpo”, “seguro” e “domesticado”, e, sobretudo, em algo destituído do poder que o constituía anteriormente.<sup>38</sup>

Pioneiros nos estudos sobre alimentação no Brasil, Gilberto Freyre e Câmara Cascudo trataram a alimentação como elemento constitutivo da identidade nacional e das identidades regionais.<sup>39</sup> Atuando principalmente na primeira metade do século XX, os dois intelectuais buscaram valorizar elementos populares considerados pelas elites nacionais como “atrasados”, destacando a especificidade do país como mestiço e miscigenado. Desta forma, contribuíram para construir uma identidade nacional refutando os argumentos eugenistas que relacionavam a miscigenação com a degradação e o atraso cultural e social.

Neste contexto, a feijoada passou a ser destacada como um “prato típico da culinária brasileira”. Como explica Lília Schwarcz,

---

<sup>37</sup> O estudo de Herbert Gans foi realizado na região de West End, em Boston, e mostra a formação e crescimento dos subúrbios, habitados principalmente por grupos de imigrantes.

<sup>38</sup> Em artigo posterior, Fry revê algumas destas conclusões. O autor afirmou ter sido influenciado pelo contexto intelectual da década de 1970, dominado pelo marxismo. Em relação à feijoada, ele mantém o argumento de que seria o exemplo da transformação de um símbolo étnico em símbolo nacional. Porém, concluiu, repensando suas afirmações anteriores, que isto não ocultou a dominação racial, pois nenhum elemento seria capaz de fazê-lo. Fry sustenta ainda que há, no Brasil, o ideal da mistura racial, o que dificulta o combate ao racismo e às hierarquias raciais. (Fry 2001)

<sup>39</sup> Pesquisadores desenvolvem estudos de Cascudo e Freyre sobre as abordagens dos dois autores sobre comida e identidades nacional e regional. Ver, por exemplo, os trabalhos de Dutra (2005), Cavignac e Oliveira (2008, 2010) e Gonçalves (2004).

originalmente conhecida como “comida de escravos”, a feijoada se converte, a partir dos anos 30, em “comida nacional”, carregando a representação simbólica da mestiçagem associada à idéia da nacionalidade. O feijão preto e o arroz branco remetem metaforicamente aos elementos negro e branco de nossa população. Os acompanhamentos foram associados ainda a elementos constitutivos dos símbolos nacionais: o verde da couve é o verde das matas; o amarelo da laranja, um símbolo das potenciais riquezas materiais (Reis 1994). Schwarcz conclui que era na “cultura popular e mestiça” que se buscava a “cultura nacional”, o que poderia ser visto “como versão tardia e tropical do processo alemão citado por Norbert Elias” (Schwarcz 1995).

A origem da feijoada causa polêmicas entre diversos autores (Maciel 2004). Mas a afirmação de que continua sendo um “prato nacional” e o “mais identitário de todos”, expressando a nacionalidade, pode ser repetidamente encontrada em diversos trabalhos acadêmicos, a exemplo do que diz Maciel:

Cantada por poetas, entre os quais Vinicius de Moraes e Chico Buarque, oferecida ao estrangeiro quando se quer apresentar a cozinha brasileira, indispensável nos cardápios dos restaurantes de cozinha brasileira no exterior, pode-se afirmar que a feijoada é o principal prato identitário nacional (Maciel 2004: 33).

Assim como a feijoada no Brasil, outras comidas são associadas a identidades nacionais, como aponta a revisão sobre estudos antropológicos de alimentação feita por Mintz (2001). Os *donuts* são apontadas por Steven Penfold como símbolos do patriotismo canadense e do anti-americanismo. O autor explora as condições sociais e políticas que levaram ao rápido crescimento das lojas de *donuts* no país, considerando as questões socioeconômicas e culturais mais amplas que contribuíram para a formação de uma sociedade de consumo (Penfold 2008). Já a sopa de massa *pho bo*, típica do Vietnã do Sul, tornou-se símbolo da identidade nacional vietnamita quando o Vietnã do Norte e do Sul se uniram, como mostra Thach Giao Truong (s/d apud Mintz 2001). A antropóloga mostra como as preferências alimentares revelam as distinções entre o norte e o sul, que também revelam diferenças políticas, culturais e econômicas. No México, a *tortilla*, como informa o estudo de Jeffrey Pilcher, passou a ser símbolo identitário. O autor afirma que, no contexto de uma sociedade hierárquica, a *tortilla* ajudou a definir etnicidade em um país que não tinha claras delimitações raciais. Ele explora a mistura entre gostos de elite e gostos populares na

formação de um “nacionalismo popular revolucionário” (Pilcher 1998). Apesar destas fortes relações entre comida e identidades nacionais, Mintz sugere que certas comidas utilizadas como marcadores étnicos, como macarrão, *croissants*, *bagels*, pizza, o *croque monsieur*, tornem-se etnicamente neutralizadas, na medida em que são produzidas e consumidas dentro de um mercado global de alimentos. Neste sentido, algumas comidas passam a ser étnicas, mas, posteriormente, com sua inserção global, também perdem este rótulo (Mintz 2001: 35).

Há ainda as comidas relacionadas a identidades regionais, como o caso do churrasco, estudado por Maciel (1996). A autora aponta que outros pratos típicos regionais expressam identidades, como a comida mineira, com o tutu de feijão, a leitoa pururuca, o torresmo, entre outros; o pato ao tucupi, dos paraenses; ou ainda o arroz com pequi dos goianos. Maciel ressalta que estes pratos não fazem parte necessariamente da realidade cotidiana das pessoas, ainda que estejam bem definidos geograficamente e sejam famosos em todo o país (Maciel 2004).

Por suas relações com a(s) identidade(s), a alimentação é recorrentemente apontada como um dos marcadores de distintividades entre grupos no contexto da migração, tornando visível o processo de construção de fronteiras étnicas. Algumas comida, assim como outros elementos culturais, são etnizadas, e servem como elementos através dos quais os migrantes passam a se identificar (e serem identificados) como grupo étnico. Estudos antropológicos destacam a manutenção de práticas alimentares dos migrantes nos países para onde migraram. Lesdain (2002) afirma que os hábitos alimentares são os que melhor resistem às mudanças por serem culturalmente e biologicamente interiorizados. Por isso, seriam indicadores do grau de integração dos migrantes.

Devido a esta manutenção das práticas alimentares, autores têm afirmado que a alimentação e as preferências alimentares seria um dos últimos elementos a perderem sua conexão com a identidade nacional dos migrantes:

O paladar, muitas vezes, é o último a se desnacionalizar, a perder a referência da cultura original. A culinária atua como um dos referenciais do sentimento de identidade; é por sua característica de “*portable*” (...) que ela pode se tornar referencial de identidade em terras estranhas. (Dutra 1991: 17)

Para Calvo (1982), as práticas alimentares dos migrantes seriam as últimas a se transformarem por completo em caso de assimilação total. As práticas alimentares servem como uma proteção contra a aculturação e a perda da identidade cultural diante do contato com outros grupos (Contreras e Gracia 2004: 218). Linger, em pesquisa realizada com brasileiros no Japão, afirma que, quando um migrante procura bares e restaurantes brasileiros, ele/ela está estaria saindo para comer e beber o Brasil – para participar de uma reafirmação consciente de sua identidade como brasileiro “deslocado” (Linger 2001: 75).

Estas afirmações sobre uma aparente fixidez da alimentação, no entanto, podem mascarar a ambigüidade das práticas alimentares. Ressaltando a resistência da alimentação às mudanças, o antropólogo Sidney Mintz afirma que “seria mais fácil mudar o sistema político da Rússia do que fazê-los abandonar o pão preto; a China abandonaria sua versão do socialismo mais facilmente do que o arroz” (2001). No entanto, o autor surpreende-se ao observar que as populações destes dois países demonstram grande interesse em experimentar outras comidas, o que aponta para a posição ambígua das práticas alimentares. Mintz então conclui:

o fato de que tantas pessoas em sociedades outrora descritas como extremamente conservadoras estejam prontas a experimentar comidas radicalmente diferentes é uma evidência de que os comportamentos relativos à comida podem, às vezes simultaneamente, ser os mais flexíveis e os mais arraigados de todos os hábitos (Mintz 2001).

Gupta analisa as culturas de especiarias e de cana-de-açúcar para argumentar que a arte culinária e os alimentos desempenham um papel decisivo na história da globalização. Seu trabalho é um bom exemplo das transformações das quais as práticas e representações alimentares são passíveis. O autor aponta para a dinamicidade da culinária, e faz uma crítica aos estudos econômicos, que acredito que podem ser estendidas a outras áreas de estudo da alimentação:

Apesar da literatura sobre economia partir do princípio óbvio de que nada é mais difícil de mudar que as preferências dos povos pelas espécies de comida que mais lhe agradam (sendo, conseqüentemente, a procura de certos tipos de alimentos relativamente inflexível), os fatos

históricos demonstram a existência de uma extraordinária maleabilidade no tocante a gostos e tipos de consumo. Poucas áreas da vida social demonstram de modo tão preciso a hibridez dos encontros culturais como a preparação, a apresentação e o consumo de comida (Gupta 2006: 210).

A observação das práticas alimentares pode revelar, na sociedade global, as situações originais provocadas pelo contato de realidades sócio-culturais antes distanciadas. Calvo observa que, como uma dimensão dinâmica, estes contatos podem engendrar novas realidades sócio-culturais. Ao analisar as relações entre migração e alimentação, o autor sugere que o deslocamento de grupos sociais coloca em jogo três conjuntos de fatores: as características da sociedade de chegada, o contexto de origem do grupo e o plano de fundo econômico e político sobre o qual vão se estabelecer as relações (Calvo 1982). Calvo considera ainda que a alimentação dos migrantes pode ser compreendida como um continuum alimentar, formado por três estilos alimentares – dicotomia, dual e anômica – que correspondem ao estágio de adaptação dos migrantes ao novo contexto (Calvo 1982). Jerome (1980), por outro lado, entende as mudanças nas práticas alimentares como expressões da aprendizagem dos migrantes a um novo modo de vida e da aquisição de novos valores.

Na pesquisa realizada entre camaroneses em Paris, Lesdain (2002) encontrou migrantes com grande “curiosidade culinária”, que estariam dispostos a uma diversificação de suas práticas alimentares. Deste modo, a autora conclui que a manutenção das práticas alimentares do país de origem destes migrantes não correspondem a um desconhecimento nem a uma rejeição do consumo denominado francês, que faria parte das práticas cotidianas. De acordo com Lesdain, a manutenção da alimentação é utilizada como forma de inserção na França, servindo como modo de comunicação da cultura e dos valores dos migrantes aos “outros”, além de ser uma alternativa econômica com a abertura de comércios “exóticos”.

Uma perspectiva complexa das transformações e manutenções de práticas de imigrantes durante o processo migratório pode ser vista na edição de 2010 da revista eletrônica *Anthropology of Food*. Com o título “Migrações, práticas alimentares e relações sociais: quando continuidade não é reprodução, e descontinuidade não é ruptura”, a publicação mostra que continuidades e descontinuidade podem co-

existir no estabelecimento dos migrantes ao novo contexto social. Alguns autores sugerem entender as (des)continuidades como um processo de interpenetração, tal como analisado por Roger Bastide (1956). Desta forma, entendem que os imigrantes associam sua cultura de partida com a cultura do país onde vivem ao mesmo tempo em que adotam elementos desta outra cultura, reproduzindo assim seu próprio significado de acordo com as lógicas de sua cultura, mas também com a estrutura social das sociedades de chegada (Crenn et al. 2010).

Em meu trabalho de campo com imigrantes brasileiros na Grande Boston, ouvi de meus interlocutores, na maioria das vezes, que eles se alimentavam de “comida brasileira” e que suas práticas alimentares não tinham sofrido mudanças significativas em relação às práticas alimentares que tinham no Brasil. Quero propor nesta tese que a “comida brasileira” representa uma grande diversidade de práticas, que acompanha a heterogeneidade dos brasileiros nos Estados Unidos. Além disso, acredito que, quando afirmam que se alimentam cotidianamente de “comida brasileira”, estes brasileiros não buscam a afirmação de uma identidade nacional ou étnica. Isto porque esta “comida brasileira” está muito mais relacionada a práticas que mantinham em seu ambiente doméstico e familiar do que propriamente a uma representação de nacionalidade. Neste sentido, a comida surge como uma manifestação de laços familiares e de parentesco que mantém no Brasil.

Com esta ênfase nas relações sociais dos sujeitos de minha pesquisa, desviando das questões de identidade nacional e/ou étnica, não estou negando que a alimentação seja utilizada como marcador étnico e nos processos de identificação e diferenciação dos migrantes. Quando os donos de mercados étnicos e restaurantes falam de “comida brasileira”, claramente acessam as representações de brasilidade e identidade nacional como estratégias de inserção nos Estados Unidos e como formas de atrair possíveis clientes, brasileiros e não-brasileiros. Destaco, porém, que esta “comida brasileira”, consumida cotidianamente pelos brasileiros, é parte de uma estratégia na qual os migrantes se engajam para viverem em um novo e difícil contexto, que lhes fornece conforto, e que se constituem em uma das formas de manterem os laços sociais que deixaram e mantém no Brasil. Deste modo, estou focando nas práticas cotidianas de meus sujeitos de pesquisa, buscando seus entendimentos não apenas sobre o que comem – como afirmam, a “comida brasileira” – mas sobre o que é esta comida para eles. Entendo, assim, que a comida cotidiana é uma das formas que os imigrantes utilizam para manterem seus relacionamentos mais significativos no Brasil.

Por outro lado, entendo que os migrantes utilizam a alimentação não apenas para manterem seus vínculos sociais no Brasil, como também como uma forma de construir vínculos – seja com outros brasileiros, com norte-americanos ou ainda com imigrantes de outras origens étnicas. Desta forma, torna-se importante “aprender a gostar” de certas comidas, tanto para amenizar as dificuldades do estabelecimento em um novo país, quanto como uma forma de inserção em determinados meios sociais. Assim, a “comida brasileira” aparece não apenas relacionada com nacionalidade ou identidade étnica, mas como manifestação de relacionamentos. É sobre este papel da comida no cotidiano dos imigrantes que trato nos próximos capítulos.



**Capítulo 1**  
***Geografia da Comida***

## ***1. Uma Geografia da Comida Brasileira na Grande Boston***

*“Comer serve não só para manter a máquina biológica do nosso corpo, mas também para concretizar um dos modos de relação entre as pessoas e o mundo, desenhando assim uma de suas referências fundamentais no espaço-tempo”. (Giard 2008: 250)*

Antes de tratar sobre as práticas alimentares de brasileiros na Grande Boston, é fundamental entender o contexto em que estes imigrantes estão inseridos. Conhecer quais alimentos lhes são ofertados ajuda a compreender e problematizar as escolhas alimentares de meus interlocutores, como também apresenta as particularidades da região de Boston. Para isto, utilizo o termo *geografia*, que faz referência ao livro *Geografia da Fome*, de Josué de Castro, lançado em 1946. Nesta obra, o geógrafo analisa e denuncia a fome nas cinco regiões do Brasil, apontando-a como causa de fenômenos naturais e culturais. Para isto, o autor utiliza “princípios geográficos” – a saber, “da localização, da extensão, da causalidade, da correlação e da unidade terrestre” – e também o conceito de “ecologia”, que compreende “o estudo das ações e reações dos seres vivos diante das influências do meio” (Castro 1984: 35).

Neste capítulo, diferentemente do objetivo do livro de Josué de Castro, eu não tratarei sobre a fome, mas sobre a crescente oferta de “comidas brasileiras” na Grande Boston. Esclareço que utilizo o termo “comida brasileira” seguindo a denominação de meus interlocutores – sua definição, problematizada ao longo desta tese, não é homogênea, e em geral refere-se a uma grande variedade de alimentos produzidos no (e/ou “como no”) Brasil. Já o termo “geografia” é utilizado para pensar a localização e extensão da oferta destas comidas brasileiras. Noto, também me opondo à perspectiva de Josué de Castro, que não é dado enfoque para a influência do meio, se este compreender apenas os recursos naturais. Ainda que haja adaptações e mudanças nas práticas alimentares dos brasileiros em Boston em função da oferta de alimentos lá encontradas e que as condições materiais sejam importantes para pensar estas práticas, estes fatores não são determinantes nas escolhas

alimentares.<sup>40</sup> Ao contrário, mostro que o aumento da oferta destas comidas acompanhou o aumento do fluxo de brasileiros para a região, superando, inclusive, adversidade do meio, como o clima frio, que dificulta o plantio de frutas, verduras e hortaliças, e a criação de animais.

É também importante considerar que aqui o termo geografia abrange não apenas a localização e a extensão desta oferta de comidas brasileiras, mas é utilizado de forma a contemplar a plasticidade deste cenário. Desta forma, não há fixidez nesta geografia, para apresentar as mudanças ocorridas nos espaços ao longo dos tempos. Neste sentido, minha proposta aproxima-se do estudo do geógrafo cultural Alan Marcus, que pergunta de que forma a presença de imigrantes brasileiros experienciam e (re)criam lugares e espaços em duas localidades nos Estados Unidos e no Brasil. Entre suas conclusões, Marcus aponta que esta (re)criação de espaços ocorre através do engajamento em práticas sociais e econômicas diversas. Entre os exemplos dados pelo autor sobre a visibilidade destas práticas, estão os restaurantes e lojas brasileiras.<sup>41</sup> (Marcus 2009)

Pensar esta geografia é, portanto, para além das idéias de fixidez, pensar em mobilidade. Neste sentido, esta geografia é resultante das práticas cotidianas de seus habitantes, em sua circulação pela cidade para comprar alimentos. Como aponta Mayol (2009), sair de casa, andar pela rua é efetuar um ato cultural, não arbitrário, pois inscreve o habitante em uma rede de sinais que lhe são preexistentes. Sua noção de bairro levando em conta sua dinâmica aproxima-se do uso de geografia

---

<sup>40</sup> A abordagem simbólica é questionada pelo materialismo ecológico. Marvin Harris, que se denomina “materialista cultural”, discorda do ponto de vista de Lévi-Strauss no qual um alimento “bom para comer” seria, antes de tudo, “bom para pensar”, como também dos demais estruturalistas (Harris 1985). Harris considera que tabus e proibições alimentares, como o consumo de carne de porco pelos muçulmanos, podem ser compreendidos levando-se em conta influências do meio ambiente e adaptações ecológicas: “Creio que a Bíblia e o Alcorão condenaram o porco porque a sua criação constituía uma ameaça à integridade dos ecossistemas culturais e naturais básicos do Oriente Médio” (Harris 1978: 39). Deste modo, traços culturais esconderiam uma vantagem adaptativa, sem que os indivíduos tenham clara consciência disso. Harris rejeita a abordagem simbólica da cozinha e das maneiras à mesa por não considerarem suas dimensões materiais, deixando de fora aspectos nutricionais, ecológicos e econômicos. Para este autor, a realidade está mais na natureza e no fisiológico do que na cultura e no mental. Em seus textos, encontramos termos pouco comuns em textos antropológicos, como “dispêndio de energia”, “temperatura”, “grau de umidade”, “padrões nutricionais”, etc.

<sup>41</sup> Os demais exemplos são: salões de beleza, jornais e revistas, canais de televisão brasileiros via satélite (TV Globo e TV Record), afiliações religiosas, o papel da fofoca, a hibridização linguística e os comitês transnacionais de cidades irmãs (Marcus 2009).

que utilizo aqui para falar das *towns* e *cities* da Grande Boston por onde os brasileiros circulam para comprar alimentos e comida brasileira.

Diante do conjunto da cidade, atravancado por códigos que o usuário não domina, mas deve assimilar para poder viver aí, em face de uma configuração dos lugares impostos pelo urbanismo, diante dos desníveis sociais internos ao espaço urbano, o usuário sempre consegue criar por si algum lugar de aconchego, itinerários para o seu uso ou seu prazer, que são as marcas que ele soube, por si mesmo, impor ao espaço urbano. O bairro é uma noção dinâmica, que necessita de uma progressiva aprendizagem mediante a repetição do engajamento do corpo do usuário no espaço público até exercer aí uma apropriação (Mayol 2009: 41-42).

Ainda citando Mayol, este espaço urbano oferece incontáveis possibilidades de trajetórias, e tem como núcleo irredutível a esfera do privado (2009: 42). Mas os deslocamentos feitos pelos imigrantes neste processo de inserção e aprendizado do meio urbano revelam também as exclusões a que são submetidos nos países para onde migram. Como aponta Bauman (1999), a mobilidade pode ser pensada como produtora de diferenças e hierarquias na contemporaneidade. “A extensão ao longo da qual os de ‘classe alta’ e os de ‘classe baixa’ se situam numa sociedade de consumo é seu *grau de mobilidade* – sua liberdade de escolher onde estar” (Bauman 1999: 94). Para o autor, os usos do tempo e do espaço são tanto diferenciados quanto diferenciadores.

No processo de aprendizagem e inserção destes espaços, as redes sociais desempenham um papel importante. No prefácio desta tese, afirmei que a migração internacional é possibilitada – e limitada – pelos arranjos e limites destas redes. São elas as responsáveis por fornecerem informações fundamentais para o estabelecimento de novos migrantes – por exemplo, como conseguir moradia e emprego. De acordo com meu trabalho de campo, é através também das relações entre participantes destas redes sociais que os sujeitos que migram passam a transitar e conhecer os espaços da cidade, bem como onde comprar alimentos.

Segundo relatos de meus interlocutores, a primeira vez que compraram alimentos ao chegarem a Boston foram acompanhados de brasileiros que os receberam na região. Através destes primeiros contatos, estes imigrantes recém-chegados conheceram não apenas os

espaços, como também foram apresentados aos produtos em mercados. Esta primeira ida ao supermercado acompanhado por um brasileiro já estabelecido é importante principalmente para aqueles que não falam inglês, e que tem, por esta razão, maior dificuldade para entender rótulos e embalagens de produtos. Em momentos de sociabilidade, como festas, cultos e missas em Igrejas, entre outros, também circulam informações sobre onde encontrar produtos brasileiros. Também nestes momentos há a partilha de informações sobre novos restaurantes, mercados e preços de comidas.

Alguns de meus sujeitos de pesquisa contaram-me que, nas primeiras idas aos supermercados norte-americanos, foram acompanhados por membros da família – pais, esposos e filhos – ou ainda de amigos e conhecidos. Nestes primeiros momentos após a chegada em Boston, a ida ao supermercado constitui, além da compra de alimentos e outros produtos necessários na vida diária destes brasileiros, um momento de lazer e também de conhecimento dos espaços da cidade, que são compartilhados com a família, quando a tem em Boston, ou com aqueles com quem tem maior proximidade ou intimidade.

Pretendo aqui mostrar este cenário com o qual os brasileiros que migraram para Boston se depararam no presente e no passado a partir de minhas observações e, principalmente, através das percepções dos brasileiros com quem convivi, que me apresentaram suas práticas de compra e consumo de alimentos. Foi através de meus interlocutores, portanto, que trilhei esta geografia – no espaço e no tempo<sup>42</sup> – que apresento a seguir. Com eles, fui a mercados, supermercados, restaurantes e padarias, e através de seus relatos esbocei seus caminhos no passado. Como afirma Certeau, “todo relato é um relato de viagem – uma prática no espaço” (2009: 183), e está relacionado a táticas cotidianas. Estes relatos não apenas transpõem os deslocamentos para o campo da linguagem, mas também possuem um papel ativo, pois “produzem geografias de ações” e “organizam a caminhada” (Certeau 2009: 183).

Este caminho teve início com uma afirmação constante de meus interlocutores. “Hoje em dia, encontra-se de tudo”, eles me disseram

---

<sup>42</sup> A relação indissociável entre tempo e espaço é esclarecida por Giddens: “A frase pode parecer extravagante, mas os seres humanos ‘fazem sua própria geografia’ não menos do que ‘fazem sua própria história’. Isto significa que as configurações espaciais de uma vida social são uma questão de importância tão fundamental para uma teoria social como as dimensões da temporalidade e, como já enfatizei com frequência, para muitos fins é conveniente pensar em termos de um espaço-tempo ao invés de tratar tempo e espaço separadamente”. (Giddens 1991:28)

com freqüência quando eu lhes perguntava se tinham dificuldades para encontrar e comprar alimentos para preparar comida em seu dia-a-dia. Logo, esta declaração me levava a um outro questionamento, principalmente àqueles que chegaram nos Estados Unidos nos anos 70, 80 e 90: “como era comprar comida naquela época?” Os relatos levaram-me a construir esta história do aparecimento e desenvolvimento de um mercado de produtos brasileiros na região de Boston. Não se trata de ser fiel a datas nem de estabelecer uma linha histórica – esta construção baseia-se na *memória*, e também nos esquecimentos, de alguns de meus interlocutores.

Percebi que a alimentação é acionada, em discursos e práticas, para falar de outros tempos e espaços, principalmente em relação à vida dos indivíduos antes de migrarem para os Estados Unidos. Segundo Halbwachs (1990:54), a memória é, ao mesmo tempo, individual e social: “Um homem, para evocar seu próprio passado, tem freqüentemente necessidade de fazer apelo às lembranças dos outros. Ele se reporta a pontos de referência que existem fora dele, e que são fixados pela sociedade.” Como ensina o mesmo autor, a “memória coletiva” envolve símbolos e rituais por meio dos quais o passado é lembrado ou construído. Penso que a comida constitui-se um destes importantes elementos da memória, e concordo com Bosi (1979) de que esta não é apenas uma lembrança, mas também uma espécie de ação, que pode ter caráter transformador na vida dos indivíduos.

Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, "desloca" estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo, profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora. (Bosi 1979: 9).

Por se constituir em uma ação, a memória age de forma fundamental não apenas na elaboração daquilo que foi vivido, como também na construção do presente e do futuro, tal como explica Ellen Woortmann:

A memória opera no sentido de “trabalhar” o passado para forjar o presente e construir o futuro, e isto pode ser feito tanto pela rememoração como pelo esquecimento. Assim como no discurso o não dito pode ser tão ou mais importante que o dito, o não

lembrado pode ser central para a construção do presente. Por outro lado, ou por isso mesmo, a memória é sempre seletiva; ela não dá presença a um passado genérico, mas a determinados eventos, localizados em determinados lugares no espaço e no tempo, dotados de significado em contextos específicos. (Woortmann 2000)

A memória não é apenas individual, mas coletiva. Neste sentido, um grupo pode não ser uma comunidade no plano das relações, porém pode se constituir uma comunidade no plano da memória. Como aponta Woortmann a partir do trabalho de Zonnaben (1980), esta comunidade de memória é formada a partir do compartilhamento do que foi vivido. No entanto, a autora ressalta lembrando o estudo de Lowenthal (1998), que nem tudo deve ser lembrado, pois “o passado tanto pode nos enriquecer como pode nos empobrecer”. Assim, a comunidade de memória também compartilha, além de lembranças seletivas, o esquecimento daquilo que contém perigos à comunidade. Foi guiada pela memória e pelo esquecimento de alguns interlocutores<sup>43</sup>, juntamente com o apoio de estudos anteriores, que apresento a seguir a história da formação da oferta de alimentos brasileiros na Grande Boston.

### ***1.1. A formação de mercados étnicos brasileiros***

A oferta de produtos brasileiros na Grande Boston acompanhou o aumento do fluxo de brasileiros para a região. Esta afirmação corrobora a de Claude Fischler (1995) de que os produtos crescem ou declinam com as classes que os consomem. Em meu trabalho de campo, encontrei brasileiros que moram em Boston desde as décadas de 60 e 70, quando o número de brasileiros era bastante pequeno. Segundo um de meus interlocutores, quando chegou a Boston nos anos 70, ele experienciou o que é “ser brasileiro sem uma comunidade brasileira”. Estes interlocutores – dois de cidades do interior de Minas Gerais, um de Belo Horizonte e um da capital paulista – eram de camadas médias no Brasil, com Ensino Médio completo, e disseram-me ter ido para os

---

<sup>43</sup> Aqui partilho ainda a concepção de Ricouer de que memória e esquecimento são indissociáveis. Para o autor, memória e esquecimento, são “níveis intermediários” entre a experiência temporal dos seres humanos e a operação narrativa (Ricouer 2007).

Estados Unidos em busca de trabalho. Apenas um deles migrou legalmente, com visto de trabalho. Como afirmei no prefácio desta tese, estudos antropológicos e sociológicos mostram que este fluxo modificou-se e aumentou consideravelmente na década seguinte. As primeiras pesquisas sobre este fluxo migratório descrevem os emigrantes como jovens de camadas médias que emigram para os Estados Unidos para trabalhar ilegalmente no mercado secundário. Estes emigrantes teriam o projeto de migração temporária e diziam migrar para escapar da crise econômica e política do país – o que levou alguns autores a utilizar o termo “exilados da crise” dos anos 80. Pesquisadores mostraram que havia também uma insatisfação com a vida no Brasil, que explicaria a construção do mito de que migrar para os Estados Unidos seria a solução para ascender socialmente (Assis e Sasaki 2001).

Entender quem são estes brasileiros que chegaram a Boston nos anos 60 e suas origens – de Estados brasileiros e camadas sociais – é importante para entender a constituição da oferta de produtos brasileiros na região a que venho me referindo desde o início deste capítulo. Através dos relatos de meus interlocutores, percebo que os primeiros restaurantes brasileiros nos anos 80 foram criados por brasileiros de camadas médias, alguns deles em associação com sócios norte-americanos. Já a maioria dos restaurantes, padarias e mercados brasileiros abertos nas décadas seguintes são de brasileiros que chegaram em Boston principalmente nos anos 80 e primeiros anos da década de 90, também provenientes de camadas médias no Brasil.

De acordo com pesquisa realizada por Martes (2001a, 2001b), a maior parte do capital com o qual os brasileiros abrem os estabelecimentos comerciais é obtida nos Estados Unidos. 88% dos 50 proprietários entrevistados pela pesquisadora responderam que conseguiram o dinheiro trabalhando em ocupações semelhantes às de outros imigrantes, como entregadores de pizza, faxineiros e lavadores de prato. As relações de parentesco, como mostram Martes e Rodriguez (2004), são importantes na composição do quadro de funcionários. A maioria destas empresas (56%) tinha pelo menos um membro da família do proprietário como empregado, e 13 das 20 firmas pesquisadas tinha o cônjuge do proprietário como sócio. Apenas cinco destas empresas não empregavam trabalhadores brasileiros. A razão seria o fato de não definirem os brasileiros como público-alvo (Martes e Rodriguez 2004).

Martes e Rodriguez ressaltam que os negócios étnicos brasileiros que estudaram na região da Grande Boston apresentam características também encontradas em outros negócios de grupos

migrantes, como os apontados por Halter (1995) e Levitt (1995). Segundo os autores, estas características comuns se devem ao escasso capital social destes grupos migrantes e seu *status* jurídico indefinido. Estes negócios requereriam níveis limitados de treinamento, experiência e conhecimentos específicos.

O aparecimento de um nicho de economia étnica, como explica o sociólogo francês Michel Peraldi, deve ser entendido no contexto das transformações da economia e do mercado de trabalho no final do século XX. Dentre estas mudanças, estão a transferência da força de trabalho fordista para o setor terciário e a insegurança e maior flexibilidade do trabalho, que promove o uso ocasional de mão-de-obra. Como aponta Peraldi – e é coerente com os discursos dos empreendedores brasileiros com quem conversei – a “lógica da sobrevivência” (o negócio étnico como única alternativa de renda para os migrantes) parece ser insuficiente para explicar a função do empreendedorismo étnico, pois eles movimentam não apenas os setores econômicos voltados para as comunidades migrantes, como também todo o conjunto da economia urbana, que apresenta suas interfaces local-global (Peraldi 2007, 1999).<sup>44</sup>

Além disso, a socióloga Marilyn Halter (2000) lembra que o surgimento dos mercados étnicos devem ser entendidos também levando em consideração uma mudança de paradigma, que influenciou tanto pesquisas acadêmicas como os cenários político, econômico e social: até os anos de 1970, os Estados Unidos eram vistos como um *melting pot*, ou um “cadinho de raças”. Depois deste período, esta noção de homogeneidade foi substituída por uma percepção de um “mosaico” ou “salada” cultural, mostrando que as especificidades culturais eram mantidas e permeavam a cultura econômica e o consumo de massa (Halter 2000: 47). Assim, a partir da década de 70, com o *revival* étnico e a diversificação da migração para os Estados Unidos, houve um aumento do interesse por culinárias étnicas, e se multiplicaram o número de restaurantes e mercados étnicos, uma tendência que a autora mostra que persistiu ainda na década de 1990 (Halter 2000: 107).

Antes de tratar da formação da oferta de produtos brasileiros, em especial a comida, na Grande Boston, gostaria de recorrer ao artigo de Georg Simmel que apresenta a figura do estrangeiro associada a do

---

<sup>44</sup> Michel Peraldi afirma ainda que os negócios étnicos de hoje aparecem de forma mais diversificada do que os descritos há décadas atrás, e há inclusive migrantes que organizam a circulação de mercadorias entre seus países de origem e o de destino, tornando suas empresas competitivas em nível internacional (Peraldi 1999, 2007).

comerciante.<sup>45</sup> É interessante estender esta figura do estrangeiro comerciante traçada por Simmel aos comerciantes de mercados étnicos, que realizam uma intermediação entre o grupo e o acesso a produtos provenientes de outros lugares.

Através da história da economia, o estrangeiro aparece por toda parte como comerciante, ou todo comerciante como estrangeiro. Se uma economia é essencialmente auto-suficiente, ou seus produtos são trocados dentro de um grupo espacialmente reduzido, então não há necessidade de intermediários: um comerciante só é requerido por produtos procedentes de fora do grupo. Na medida em que os membros não deixam seu círculo com a finalidade de comprar essas mercadorias – e, neste caso, estes membros são os mercadores “estrangeiros” naquele território exterior – o comerciante tem de ser um estrangeiro, já que ninguém mais tem chance de viver isso (Simmel 1983: 183-184).

Ainda segundo Simmel, o estrangeiro não é proprietário da terra – tanto no sentido físico quanto no sentido figurado. Sua restrição ao comércio intermediário lhe confere o caráter específico da mobilidade, que lhe possibilita posição privilegiada para realizar um movimento entre a proximidade e a distância. Os deslocamentos entre estes dois pólos, eu sugiro, podem ser pensados tanto em relação aos grupos de brasileiros, quanto aos outros grupos migrantes e população norte-americana.

Se a mobilidade tem lugar em um grupo fechado, personifica aquela síntese de proximidade e distância, que constitui a posição formal do estrangeiro, pois a pessoa fundamentalmente móvel entra ocasionalmente em contato com todos os elementos do grupo, mas não está organicamente ligada com qualquer deles por laços estabelecidos de parentesco, localidade e ocupação (Simmel 1983: 184).

O estrangeiro mantém sua posição de *outsider* mesmo quando inserido em um contexto, pois possui características que o distanciam

---

<sup>45</sup> Como analisa Waizbort (1995), o autor alemão invoca o judeu comerciante como figura significativa de estrangeiro.

dos demais membros deste espaço. Esta mobilidade entre distância e proximidade é produtora de diferenças, que podem utilizadas como estratégias de inserção – como no estabelecimento de mercados étnicos – ou ainda como formas de exclusão e/ou de restrição de espaços de inserção destes imigrantes.

Porém, nos anos 60, estes negócios étnicos brasileiros ainda não existiam na região da Grande Boston. Quando Abel chegou lá, em 1964, disse ter encontrado em torno de dez ou doze brasileiros – eram mulheres que tinham vindo para os Estados Unidos trabalhar como *baby-sitters* com contrato de trabalho de um ano. Segundo ele, elas moravam em regiões de pessoas ricas, que tinham condições financeiras de pagar pela vinda delas. Abel lembra que quinta-feira era o dia de folga destas mulheres, e elas se encontravam em um café nas imediações de *Park Street*, o maior parque do centro de Boston. Foi através de uma delas que ele, que viera sozinho do Brasil, conseguira seu primeiro emprego, em um hospital. Abel, naquela época, não falava inglês (“nem bom dia”), o que aumentava a importância de seu contato com este grupo de brasileiras.

Segundo Abel, os brasileiros começaram a chegar à Grande Boston por volta de 1970, e passaram a se concentrar em Allston, Brighton e Brookline. Nesta época, ainda não havia mercados brasileiros na região. Alimentar-se, de acordo com Abel, era difícil por causa da falta de seu domínio da língua inglesa e da saudade de algumas comidas.

“Quando eu vim, de tudo eu sentia falta. Eu tinha 18 anos. Eu lembro que eu gostava de um sonho de valsa, de um bife a cavalo, que era um de meus pratos preferidos, de um arroz com feijão com bife acebolado... e quando eu cheguei aqui não encontrava, não tinha... a não ser que você fizesse, e eu nunca fui de cozinhar. Pra mim, comida foi dificultoso, porque eu não falava inglês, eu não morava em uma casa que tinha brasileiro fazendo comida. Eu morava num quarto, e tinha que comer fora. Então no começo, na maioria das vezes, eu olhava para aquilo que era bonito, e apontava. E se não era gostoso, tinha que comer, né, porque você comprou. Comprou, tem que comer.”

A falta de um grupo mais numeroso de brasileiros impossibilitava que Abel comesse comida brasileira, pois não havia restaurantes com comida brasileira naquela época. Segundo Abel, o grupo de mulheres brasileiras costumava se reunir e cozinhar.

“Eu nunca esqueço, depois de um ano que eu estava aqui, eu me entrosei mais com essas moças, e uma delas falou: ‘vamos fazer uma feijoada’. Então nós fomos a um bairro só de preto, porque lá eles vendiam orelha de porco e isso e aquilo. E foi pra mim também um choque, né, porque eu tava aqui só há um ano, arranhando muito pouco o inglês, e eu fui lá... nada contra ninguém, mas era um bairro muito pobre, de preto, e aquelas pessoas bêbadas na rua, e todos eles falando inglês perfeito... Falei para minha amiga Valdete: ‘se eles falam, por que eu não posso falar’... na época, não dava pra você entender.”

Este relato de Abel assemelha-se a de outros interlocutores que me contaram que buscaram ingredientes para preparar comida brasileira em outros mercados étnicos, na falta dos mercados brasileiros. Na busca destes produtos, os brasileiros deparavam-se com pessoas de outras nacionalidades, que viviam nas periferias de Boston. Também é possível perceber que estes brasileiros, a maioria deles brancos e de camadas médias, entravam em contato com imigrantes de camadas mais populares. Abel destacou sua incompreensão do fato de “negros e pobres” falarem inglês diferentemente dele. Na fala de Abel, ele destaca os mercados de afro-descendentes do Caribe, onde era possível encontrar produtos que, se não eram iguais, eram semelhantes aos utilizados para fazer a comida brasileira.

“A gente tava lá tentando achar a comida que mais se assemelhava à nossa. Não é que era brasileiro, era um bairro de cultura negra, de preto, do Caribe, do Haiti... aí lá se achava mandioca, não era sempre, se achava feijão preto, mas não era sempre... aí tinham os cubanos... Era meio um supermercado que eles chamavam afro-americano, que era pra cultura do Caribe, Cuba, Haiti, Porto Rico...”

“Lembro que depois de um tempo a gente encontrava mandioca, mas vinha já descascada e congelada.”

Nenhum destes produtos, de acordo com Abel e outros interlocutores, vinham do Brasil. Eram provenientes principalmente de países da América Central. Ricardo, que chegou a Boston em 1986, lembra que encontrava feijão “do *hispano*”, mas era ainda “meio adocicado”. Ele recorda-se que não fazia compras apenas em mercados “hispanos”, mas também nos comércios chineses. Nestes, encontrava mandioca, chuchu e ovo de codorna, além do arroz “que é mais similar ao nosso, o arroz quebradinho”. É interessante ressaltar que algumas marcas de arroz asiático, particularmente o arroz tailandês denominado

Jasmine, são muito consumidos por imigrantes brasileiros em Boston até hoje, por ser, segundo muitos de meus interlocutores, “branco e soltinho”, além de ser mais barato que o produto brasileiro. Segundo Vitória, na década de 70, era difícil encontrar ingredientes brasileiros em Boston. Para fazer feijoada, comprava os ingredientes em um mercado *hispano* em Jamaica Plain. Prepara com mais frequência aquilo que podia encontrar, como bacalhau, vendido em mercados portugueses, e fazia pudim de leite com o *condensed milk*. Ela lembra que, na época, não tinha farinha de mandioca para fazer o feijão tropeiro.

Através destes relatos, é possível perceber, na trajetória pela cidade em busca de alimentos, uma forma de interação entre brasileiros com outros grupos de imigrantes em Boston, o que não é privilegiado na literatura antropológica sobre grupos étnicos, que enfatiza mais as diferenciações e demarcações de fronteiras. Este contato, no entanto, é fundamental para a formação de tais coletividades. Barth definiu grupos étnicos como formas de organização social, formados na medida em que os atores sociais utilizam identidades étnicas para categorizar a si mesmos e/ aos outros (1998: 194). A definição do autor centra-se na noção de fronteira social e étnica – é ela a definidora do grupo, e não o conteúdo cultural que abrange (1998: 195). Deste modo, os grupos formam-se na interação com os outros. Esta interação é estruturada de forma que as diferenças culturais persistam. Há, de acordo com Barth, um conjunto de regras que governam as situações de contato e articulações em determinados setores e, por outro lado, regras que impedem que essa interação ocorra em outros setores, protegendo os grupos de confronto ou possíveis modificações (1998: 197). O contato entre brasileiros e imigrantes de outras nacionalidades, que eu ressalto através da procura da comida, era fundamental tanto para a formação de alteridades quanto para o processo de identificação dos brasileiros.

Se nos anos 60 e 70 os mercados étnicos brasileiros eram inexistentes, nos anos 80, eles começaram a surgir, como afirma Abel: “Nos anos 80, você encontrava, não era bem um mercado, mas um escritório vendendo de tudo... hoje em dia você ainda encontra uns por aí...” Estes pequenos mercados brasileiros atualmente vendem uma grande diversidade de produtos brasileiros. Além de alimentos, como arroz, feijão, café, pães, bolachas e biscoitos, farinha de mandioca, fubá, doces, geléias e compotas, azeite de dendê, entre outros, é ainda possível encontrar neles CDs e DVDs de artistas brasileiros, perfumes, cosméticos e produtos de higiene pessoal (xampu, cremes para cabelo, creme dental), sandálias havaianas, roupas íntimas femininas etc.

Alguns deles fazem também remessas de dinheiro, que é um serviço bastante utilizado pelos imigrantes.<sup>46</sup>

Nestes mercados, não é apenas as comidas que remetem a lembranças do país de origem dos brasileiros. Gal, que está nos Estados Unidos há 16 anos, contou-me a emoção que sentiu ao entrar em um mercado brasileiro e encontrar “Bombril” e “chinelos havaianas”. Ela explicou-me que não havia “Bombril” nos Estados Unidos, mas marcas similares, que já vinham com sabão, nem tampouco as conhecidas sandálias brasileiras. Gal relatou-me também que, certa vez, enquanto limpava a casa de uma cliente norte-americana, ficou feliz ao encontrar um retrós de linha. Ela disse-me que, apesar de não costurar, lembrou-se do Brasil. Esta lembrança de Gal pode ser associada ao fato de muitos imigrantes associarem o Brasil aos trabalhos manuais e ao artesanato, o que está em contraposição à modernidade industrial, que é comumente associada à sociedade norte-americana.

**ENQUANTO O BD CRIA, A CONCORRÊNCIA COPIA.**

**668 CENTRAL ST. MILFORD - MA 01757**  
**508.488.6350 | 774.244.0347**  
**508.488.6347 | 774.248.4588**

- REMESSAS DE DINHEIRO
- CD'S E DVD'S
- OURO 18 K
- PERFUMARIA
- TELEMENSAGEM
- CARTÕES TELEFÔNICOS
- PASSAGENS AÉREAS
- PRODUTOS BRASILEIROS
- TRANSPORTES E TRADUÇÕES
- MODA MASCULINA E FEMININA

Anúncio de mercado brasileiro veiculado em jornais brasileiros na Grande Boston

Abel acredita que foi entre 1985 e 1990 que grandes redes de supermercados americanos, como o *Stop and Shop* e o *Market Basket*, começaram a ter uma seção com comidas sul-americanas. “Hoje você

<sup>46</sup> Sobre as remessas de dinheiro feitas por brasileiros de Boston para o Brasil, ver o estudo de Martes (2008).

encontra de tudo melhor do que no Brasil.” Para Ricardo, a expansão da oferta de produtos brasileiros se deu também neste período, principalmente a partir de 1988, culminando com o final dos anos 1990. Ele mesmo afirmou ter feito pedidos em supermercados norte-americanos de produtos brasileiros. Contou-me já ter pedido fubá, araruta e uma variedade de biscoitos. “A minha menina hoje tem 18 anos, então eu queria que ela se acostumasse a coisas da nossa cultura”, justificou, mostrando que a comida participa da transmissão cultural de pais para filhos, principalmente em terras estrangeiras, quando estão distanciados de grande parte dos familiares e parentes, como os avós.

Segundo Ricardo, nos anos 80 ainda não havia açougues brasileiros, o que dificultava a compra de carnes com o “corte brasileiro”. Ele disse não ter tido dificuldade em encontrar o arroz nem o alho, “mas a carne do jeito que você queria, as pessoas não tinham costume com o nosso corte, a gente tinha dificuldade em ver qual era a melhor carne pra assar”. Ricardo conta que comprava carnes em mercados norte-americanos: “Você comprava a picanha ali duas vezes mais barato. Só que eles não sabiam cortar a picanha pra você. Aí você comprava inteira. Eles não sabem que a picanha é mais cara. Hoje já tem um brasileiro trabalhando lá.”

Assim como os mercados brasileiros e a oferta de produtos brasileiros em supermercados norte-americanos, também começaram a aparecer festas brasileiras nos Estados Unidos, como o *Brazilian Day*, em Nova York.<sup>47</sup> Nestas festas, a comida é parte integrante. Marcos, que vendia cachorro-quente e algodão doce em Governador Valadares antes de migrar para os Estados Unidos, há 22 anos, afirma ser o primeiro brasileiro a preparar e vender churros em terras norte-americanas.

“Logo que eu cheguei na America, todo ano eu ia a Nova York na festa dos brasileiros. E lá no Brasil eu amava churros. E lá em Nova York eu procurava e não encontrava. Aí logo que eu peguei meus documentos, dez anos atrás, daí eu pensei assim, eu vou ao Brasil, comprar uma máquina de churros, colocar na mala e trazer pra cá. E quando chegar aqui, vou arrumar um carrinho, colocar a máquina e começar a trabalhar. E eu fui o primeiro brasileiro aqui nos Estados Unidos a trazer churros.”

---

<sup>47</sup> Segundo o site deste evento, o *Brazilian Day* existe há 26 anos em Nova York, sempre na Rua 46, também conhecida como *Little Brazil*, no domingo que antecede o Dia do Trabalho nos EUA, celebrado na primeira segunda-feira de setembro. Em 2009, a festa foi realizada no dia 6 de setembro, pois o Dia do Trabalho coincidiu com a data da Independência do Brasil, dia 07 de setembro. Atualmente, a festa ocupa 25 quarteirões. Em 2009, o evento reuniu 1,5 milhão de participantes; a maioria, brasileiros. Fonte: <http://www.brazilianday.com>

Marcos aprendeu a fazer churros com um vendedor de Governador Valadares na primeira vinda ao Brasil após ter conseguido seu *Green Card*. A primeira vez que encontrei Marcos foi na festa da Independência do Brasil em Allston. Ele estava com o carrinho de churros, e uma extensa fila de brasileiros que esperavam longo tempo para comprá-los. Marcos contou-me que faz churros em festas juninas e outras festas brasileiras. É interessante perceber que os churros são conhecidos por serem populares em diversos países da América Latina, e só mais recentemente introduzido no Brasil. Nas festas brasileiras na Grande Boston, os churros são lembrados como brasileiros por fazerem parte da memória dos imigrantes sobre as festas em que participavam antes de migrarem, em que os carrinhos com vendedores de churros estavam presentes. Em Nova York, na festa da independência, na qual vai todo ano, além de churros, Marcos vende ainda macarrão na chapa (diz que é mineiro), feijoada e cachorro quente. Segundo meus interlocutores, os primeiros restaurantes brasileiros começaram a surgir no final da década de 1970 e no início dos anos 80. Foi neste período que teria sido criado, de acordo com Abel, o Restaurante Brasília, em Cambridge, nas imediações da Harvard Square. Abel disse-me que este restaurante foi aberto por um brasileiro e um norte-americano, mas a sociedade não deu certo, e o restaurante logo foi fechado. Abel contou-me que comia lá com frequência.

“Eles serviam típica comida brasileira, mais tipo mineira e nortista. Lá eles tinham bife a cavalo, tinham o churrasco que eles falavam, feito na grelha, à milanesa... O arroz e feijão, em todos os pratos vinha. Era a base, o resto você escolhia. Não era *Buffet*, era na mesa.”

Em 1981, teria sido aberto *O Boteco*, considerado por muitos como o primeiro restaurante brasileiro em Boston. Seus donos seriam, de acordo com meus interlocutores, dois mineiros e um paulista. Abel tornou-se proprietário deste restaurante, que colocou em nome da esposa, norte-americana, por ser policial e, desta forma, não poder ter propriedades comerciais em seu nome. Sobre este e outros restaurantes, tratarei com mais profundidade na próxima sessão. Por hora, é interessante levar em consideração o depoimento de Marcos. De acordo com ele, antes da abertura de grande número de restaurantes, muitos brasileiros costumavam vender comida brasileira em suas residências: “A maioria dos brasileiros vendiam comida em casa. Se você queria comer uma comida brasileira, você tinha que ir na casa das pessoas.”

Foi o caso do restaurante Valadares, em Somerville. Antes de abri-lo, sua proprietária começou a vender comida em sua casa. Marcos lembra que as pessoas podiam comer lá mesmo, ou então levar para casa. Com receio dos departamentos de saúde pública, que possuem normas sanitárias bastante rígidas e exigem documentos específicos, passou ao sistema de *delivery* (entregar comida na casa dos clientes). Segundo Marcos, a única opção era o “marmitex”, ou “prato feito”, com arroz, feijão, carne, verdura cozida e salada crua. Cada prato custava três dólares. Marcos disse-me que este serviço passou a render muito dinheiro, e assim outros brasileiros começaram a preparar e vender comida em casa, criando concorrência. Assim, para cativar a clientela, a proprietária do restaurante Valadares, citada por Marcos, incluiu sobremesa ao “marmitex”.

Um de meus interlocutores lembrou que havia também um comércio informal de bebidas trazidas do Brasil: “Há oito, seis anos atrás, tinham brasileiros que iam lá pra trazer a cerveja do Brasil e vendiam aqui na rua... aquela famosa, a *Skoll*... eles iam e traziam caixas... pinga, eles traziam em garrafão e colocavam em garrafas pra vender...” (Abel).

Atualmente, estima-se que haja mais de mil negócios em Massachusetts cujos donos são brasileiros, incluindo pequenos mercados, açougues, padarias, agências de viagens, lojas de roupas, restaurantes, entre outros estabelecimentos (Costa 2007). No mesmo Estado, de acordo com Vitorino, há mais de 100 restaurantes de donos brasileiros (Vitorino 2007 apud Mendonça 2007)). Mendonça (2007) aponta que há cerca de 300 pequenas lojas brasileiras em Massachusetts que vendem produtos utilizados por brasileiros localizados em áreas com maior concentração destes imigrantes. Segundo a autora, há duas cadeias de supermercados étnicos que vendem produtos brasileiros no estado. Um é de propriedade de um brasileiro, e possui quatro estabelecimentos em *cities* e *towns* onde estes imigrantes são bastante numerosos (Framingham, Somerville, Hyannis e Shrewsbury). A outra cadeia pertence a um português, possui 17 estabelecimentos em quatro estados norte-americanos (New Jersey, Rhode Island, Massachusetts e Florida). Quatro destes supermercados estão em Massachusetts, nas cidades de New Bedford, Fall River, Swansea e Attleboro. Estes supermercados foram criados em áreas inicialmente com grande concentração de imigrantes portugueses, e posteriormente expandiram para áreas com outras populações de imigrantes. Embora em alguns destes estabelecimentos a clientela brasileira não passe de 5%, em outros chega a 90%, o que levou a um acréscimo na oferta de produtos

brasileiros nesta cadeia de supermercados (Cadima 2006 apud Mendonça 2007).

Segundo Martes, os restaurantes adquirem produtos de importadoras brasileiras, mas também de fornecedores americanos, como a *Cambridge Package* (carnes), *Beacon Fruit* (vegetais), *Famozo Food* (arroz). A autora informa ainda que algumas comidas são preparadas com produtos da marca *Goya* (especializada em produtos latinos), que também é vendida em supermercados e, como cito no próximo capítulo, é comprada por muitos imigrantes (Martes 2001a: 35).

Além da crescente oferta de produtos industrializados, passaram a ser encontrados em mercados de Massachusetts vegetais que antes não eram vendidos na região. A partir de 1996, projetos desenvolvidos pela Universidade de Massachusetts (UMass) começaram a pesquisar as possibilidades de mercado para vegetais utilizados por populações imigrantes no Estado. Mendonça explica que as pesquisas iniciaram com vegetais populares entre a população hispânica, principalmente porto-riquenhos e dominicanos, e posteriormente foram estendidas a outros grupos étnicos, como asiáticos e brasileiros. Segundo a autora, embora estes grupos venham majoritariamente de regiões tropicais, a maioria destes vegetais pode ser cultivada no nordeste dos Estados Unidos, onde está localizada a região abrangida pela pesquisa.<sup>48</sup> Mendonça explica que após o desenvolvimento destas pesquisas, fazendas passaram a cultivar para fins comerciais estes vegetais utilizados principalmente pelos imigrantes, como *aji dulce* (espécie de pimenta vermelha doce), e variedades de abóbora e espinafre.

As pesquisas e atividades de extensão da UMass passaram a dedicar ao estudo e cultivo de vegetais “brasileiros” a partir de 2002. Os vegetais pesquisados para produção local incluíam jiló, maxixe, abóbora, taioba e quiabo. Dentre estes, o jiló foi considerado pelas investigações, em 2007, o vegetal mais bem-sucedido em termos de vendas. Em sua pesquisa de mestrado, Mendonça investiga as demandas de mercado por abóbora e maxixe, e conclui que ambos teriam grande clientela entre brasileiros em Massachusetts (Mendonça 2007).

Os mercados, restaurantes, padarias e açougues, assim como outros negócios étnicos brasileiros na Grande Boston, não são apenas

---

<sup>48</sup> O site <http://www.worldcrops.org/> mostra as variedades de vegetais encontradas no mundo que, de acordo com as pesquisas, podem ser cultivados no nordeste dos Estados Unidos e teriam boas possibilidades de mercado em Massachusetts devido, principalmente, ao grande número de grupos imigrantes naquela região.

lugares de compra e consumo. Martes afirma que os imigrantes não vão aos mercados e outros estabelecimentos comerciais brasileiros somente para comprarem produtos brasileiros, mas também para socializar e obter informações importantes. Por isso, os funcionários devem ser brasileiros, e o português é, mais comumente, a única língua falada nestes estabelecimentos.

Desse modo, os brasileiros não entram nas lojas brasileiras apenas como consumidores. A sociabilidade é um aspecto fundamental para explicar a existência e o papel que estes estabelecimentos desempenham na vida de um imigrante. Numa das lojas, conforme observou uma das assistentes de pesquisa contratada para fazer este levantamento, “sempre há pessoas conversando com Lurdes, a proprietária. Ela é uma pessoa que gosta de conversar, mesmo que tenha muito trabalho a fazer. E isto ajuda a explicar, pelo menos em parte, o sucesso da sua loja”. Fazer amigos, conhecer pessoas que estão chegando, saber das fofocas da cidade de origem e notícias do Brasil; obter informações sobre empregos disponíveis e festas também fazem parte do negócio. Por isso, a língua falada nestes locais é o português e também por isso, os funcionários devem ser brasileiros, assim como o é a clientela. Esta tende a ser preponderantemente brasileira e de preferência, das mesmas cidades de onde vieram os proprietários. Como veremos, um dos fatores que interferem na formação da clientela é a coincidência entre a cidade de origem do proprietário e a do cliente. Afinal, é desse modo que um empreendimento comercial pode reproduzir no clima frio de Boston “um pedacinho do Brasil” (Martes 2001a: 34).

Este grande número de estabelecimentos comerciais brasileiros confere visibilidade à presença de brasileiros na Grande Boston, em um contexto diferente – no tempo e no espaço do descrito por Margolis (1994). A autora, que estudou brasileiros em Nova York na década de 80, descreve uma comunidade “invisível”, principalmente por causa da ausência de instituições associativas voltadas aos brasileiros e a falta de espírito comunitário entre estes imigrantes. Para Martes, as empresas brasileiras no exterior ajudam a valorizar positivamente o Brasil.

As empresas valorizam positivamente o Brasil porque se especializam no mercado consumidor brasileiro. Nesse caso, a segmentação do mercado é definida pela etnicidade apoiada, de modo mais amplo, na origem nacional. Nota-se que as firmas brasileiras não oferecem produtos ou serviços comparativamente mais baratos. O grande atrativo desses estabelecimentos não está no preço mas sim na natureza do produto. Os brasileiros consomem os produtos oferecidos nas lojas brasileiras porque é apenas lá que eles podem encontrar aquilo que desejam consumir: produtos do Brasil (Martes 2001c: 11).

Discordo da afirmação de Martes de que é apenas nos mercados brasileiros que é possível encontrar produtos do Brasil, pois eles também estão presentes em supermercados norte-americanos e mercados de outros grupos étnicos desde o início da década de 90, conforme relatos de meus interlocutores. É verdade que os brasileiros compram os produtos do Brasil a preços mais caros que os produtos de outras origens porque os desejam consumir. É preciso pontuar, no entanto, que a maior parte das compras de alimentos dos imigrantes brasileiros é feita em grandes supermercados norte-americanos, principalmente, por causa dos preços elevados dos mercados brasileiros, e que algumas substituições de produtos são feitas em busca de preços mais acessíveis, como o consumo de arroz asiático. No próximo capítulo, detalharei os hábitos de compra de meus interlocutores – onde compram comida, com que frequência, bem como os critérios que utilizam para escolher os alimentos. Desta forma, mostrarei as trajetórias dos brasileiros por esta geografia que apresentei aqui, e como elas ocorrem no cotidiano de meus interlocutores. A seguir, descrevo características dos restaurantes brasileiros na Grande Boston, importantes na visibilidade da população brasileira na região e em práticas alimentares de muitos de meus interlocutores.

## 1.2. *Restaurantes: representações de brasilidade(s)*

Convivendo e entrevistando brasileiros em Boston, percebi que suas práticas alimentares incluíam almoços e jantares – com frequência variável – a restaurantes brasileiros na região. Como apontei na sessão anterior, há mais de cem restaurantes cujos proprietários são brasileiros no estado de Massachusetts. A relativa facilidade que encontrei para realizar meu trabalho de campo entre os imigrantes não foi a mesma entre estes proprietários de restaurantes, o que limitou minha pesquisa nestes estabelecimentos. Entrevistei apenas três proprietários de restaurantes brasileiros – todos eles através de contatos intermediados por pessoas bastante populares entre os brasileiros (um pastor e o diretor do Centro do Imigrante Brasileiro). Entrevistei ainda um brasileiro que idealizou e executou um projeto – desde o espaço físico até o *menu* e escolha do *chef* – de um restaurante brasileiro na região de Boston. Estas entrevistas ajudam-me a pensar a constituição desta *Geografia da Comida* que apresento neste capítulo, e considero especialmente significativas por terem sido feitas com os donos dos restaurantes brasileiros mais antigos na Grande Boston que ainda estão em funcionamento.

Como veremos a seguir, muitos temas que surgiram nos discursos destes entrevistados são também recorrentes nos discursos de meus demais interlocutores, e a maioria destes temas serão discutidos com mais profundidade nos capítulos seguintes desta tese. Se antecipo alguns destes temas aqui, é para apresentar sua amplitude e para mostrar como fazem parte das estratégias utilizadas pelos proprietários de restaurantes para delimitar uma “comida brasileira”, que se distingue das comidas de outros grupos étnicos e outros modos de vida. Destaco, neste sentido, as noções de “gosto do Brasil”, a valorização do modo de vida rural, a comida “saudável” e a comida “caseira”, além de estereótipos relacionados ao que é ser brasileiro e ser norte-americano na Grande Boston.

Os restaurantes são o foco de muitas pesquisas sobre alimentação. Linger (1997) afirma que os restaurantes são lugares-chaves de formação e confirmação de identidades, pois fornecem importantes recursos simbólicos para construção identitária. Por serem espaços de comensalidade, tendem a mapear pessoas em grupos – família, casta, gênero, classe, comunidade de crenças, o que reforça sentimentos de similaridade e distinção (Linger 1997: 183). Além disso, comer em um restaurante é uma prática que requer conhecimento de um

roteiro cultural. O autor, que compara um restaurante em São Luís do Maranhão e outro restaurante brasileiro em Nagoya, no Japão, conclui que estes ambos engendram diferentes formas de identidade brasileira. O segundo cultivaria, nas palavras do autor, uma identidade brasileira deslocada. De acordo com Linger, há restaurantes no Brasil, mas não restaurantes brasileiros, pois estes seriam, analisando o restaurante em Nagoya, uma resposta à vida no Japão. Este espaço seria marcado pelo orgulho étnico, mostrado nas cores da decoração do restaurante, e pela saudade do país de origem (1997: 202).

Em minha breve abordagem sobre os restaurantes brasileiros na Grande Boston – em particular, sobre os restaurantes cujos proprietários entrevistei – quero ressaltar uma abordagem teórica diferenciada de Linger. Concordo com o autor de que há restaurantes brasileiros somente no exterior, e não no Brasil, e ressalto que isto ocorre porque estes são resultados de um processo de etnização. Neste processo, alguns elementos são destacados e utilizados estrategicamente como marcadores étnicos (Seyferth 2005) para estabelecer diferenças com outros restaurantes. Deste modo, algumas comidas são etnizadas, tornando-se símbolos de Brasil ou brasilidade. A população de brasileiros em Boston é bastante heterogênea – de diferentes origens, incluindo a geográfica e de classe. Minha pergunta, ao me voltar para estes espaços, é a de saber como o termo “comida brasileira” abrange (ou não) esta heterogeneidade. Em outras palavras, a que comidas – e a que brasileiros – estão referindo com os termos “restaurante(s) brasileiro(s)” e “comida brasileira”?

Como observei nos restaurantes brasileiros, ainda que apresente uma variedade de pratos, estes não chegam a representar a heterogeneidade das culinárias regionais brasileiras. Em geral, todos os restaurantes brasileiros apresentam churrascos e carnes assadas (carne de boi, suína, de frango, lingüiças), carnes ensopadas ou “de panela”, arroz, feijão, feijoada, saladas cruas e vegetais cozidos. Todos eles oferecem ainda feijão tropeiro no *buffet*, e praticamente todos têm *stroganoff* e moquecas no cardápio *à la carte*. É interessante perceber que há uma grande quantidade de pratos mineiros, como frango com quiabo, além do feijão tropeiro que já mencionei, dada a origem dos primeiros donos de restaurantes brasileiros e da grande quantidade ainda hoje de mineiros na região. Mas esta regionalidade é abarcada pelo rótulo nacional, e passa a representar – principalmente para os clientes não-brasileiros, que não sabem diferenciar as especificidades regionais brasileiras – aquilo que é a culinária brasileira. Em restaurantes

brasileiros mais sofisticados, os cardápios contam ainda com opções de frutos do mar, como camarões e salmão.

Entre as sobremesas, os restaurantes brasileiros apresentam praticamente as mesmas opções: pudim de leite (traduzido como *Brazilian Flan*), Arroz Doce (*Rice pudding*), Creme ou mingau de milho (*Corn pudding*), Mousse de maracujá (*Passion Fruit Mousse*), Mousse de chocolate (*Chocolate Mousse*), contando, em alguns casos, também opções de tortas. As bebidas são variadas, com águas, refrigerantes – com destaque para o guaraná (na maior parte das vezes, da marca *Antártica*), vinhos, sucos (limonada, de laranja e outras frutas), caipirinhas e cervejas. Alguns restaurantes contam com cervejas de marcas brasileiras, mas as mais consumidas por brasileiros é a mexicana *Corona* – segundo meus interlocutores, com gosto suave e que mais se assemelha as que consumiam no Brasil.

Além de sua função nutricional, restaurantes e bares são ainda pontos de encontro privilegiados de imigrantes, onde estes se conhecem e estreitam suas redes de relações. Machado informa que, em sua vida cotidiana, os brasileiros no Porto interagem entre si através de redes, marcadas por laços intensos de reciprocidade, o que pode ser estendido aos imigrantes brasileiros na Grande Boston:

Os bares e restaurantes (...) são, de certa forma, os nós de redes sociais que se espalham não uniformemente pela grande Porto e também por cidades do interior do norte de Portugal. Conectam, num mesmo ambiente, várias redes de trabalhadores de diversos lugares, formando um mapa do mundo do trabalho de imigrantes brasileiros no Porto. (Machado 2001: 187)

Em minha pesquisa, observei que embora muitos brasileiros costumam ir a restaurantes em localidades próximas de onde moram ou trabalham, outros costumam “circular” pela Grande Boston, especialmente nos finais de semana e nos dias de folga (ou, na expressão bastante comum, “dias de *off*”). Deste modo, conhecem diferentes localidades e vão em busca dos restaurantes comentados por amigos, conhecidos ou parentes, seja por causa da comida servida ou devido ao melhor preço. Neste sentido, a comida constitui-se uma razão para alargar as fronteiras geográficas do espaço conhecido, com a garantia de que, ao comer, estes brasileiros encontrarão o familiar – semelhante ao que Rial aponta em relação ao *fast food* (Rial 1992).

Mas, além de brasileiros, os restaurantes brasileiros em Boston reúnem também norte-americanos e clientes de outras nacionalidades. Alguns destes estabelecimentos, como veremos mais adiante, têm a clientela formada, majoritariamente, por não-brasileiros. Estes restaurantes têm, em geral, preços mais elevados que os demais restaurantes brasileiros, e apresentam estratégias próprias para atrair clientes norte-americanos. Portanto, pode-se pensar que há “restaurantes brasileiros para brasileiros” e “restaurantes brasileiros para americanos”. Isto mostra, como evidencia a crítica de Machado (2010), que sob o rótulo de “empreendedorismo étnico” ou “etnicidade” estão compreendidos diferentes processos de construção de diferenças que podem ser bastante distintos entre si. De acordo com o autor, “as diferenças são diferentes e utilizar o mesmo rótulo para enquadrá-las pode produzir algumas confusões, desencontros e esquecimentos” (2010: 03). Deste modo, a economia étnica é a “economia dos diferentes”, e deve ser compreendida levando-se em consideração os diversos processos de sua formação.

A maioria dos restaurantes brasileiros possui um *buffet* a quilo, onde o cliente pode se servir de saladas, carnes, arroz, feijão e outros pratos, e paga pelo peso daquilo que consome, e/ou o *buffet* por pessoa, traduzido para o inglês como “all you can eat”, em que o cliente paga um preço fixo e consome o quanto quiser do *buffet*. Muitos destes restaurantes possuem o rodízio, com churrasco, chamado de *Brazilian Barbecue* (ou, na forma abreviada, *Brazilian BBQ*). Alguns restaurantes apresentam também um *menu a la Carte*, um prato preparado a partir do pedido do cliente. Os pratos *a la Carte* são mais populares entre os clientes norte-americanos do que entre os brasileiros, que costumam servir-se com mais frequência nos *buffets* e ainda pedir o rodízio. Ao falar sobre as diferenças entre seu restaurante e os demais, o proprietário do *Café Brazil* destacou sua particularidade em servir apenas *a la Carte*, e sugere que os imigrantes com menor poder aquisitivo (a “peãozada”) prefere os *buffets*, pois podem comer uma maior quantidade de comida por um valor mais acessível.

“A diferença do meu restaurante para os outros é que aqui não tem *Buffet*, porque eu não sou fã de *Buffet*, gosto de comida fresquinha feita na hora. Aqui, quando você sai para jantar ou almoçar, você sai para ser servido, não para levantar e servir. Aqui nós queremos servir nossos clientes e que eles comam uma comida fresquinha feita na hora”.



A associação entre restaurante brasileiro e churrasco é bastante evidente na Grande Boston. Grande parte dos anúncios publicitários destes estabelecimentos possui a imagem de um espeto com carne (como a imagem ao lado). O nome do primeiro restaurante a servir rodízio na região, o *Midwest Grill*, possui este nome porque, como me informou seu proprietário, a carne que prepara é proveniente do Meio-Oeste dos Estados Unidos. Em 1993, vendeu sua parte no Café Brasil para abrir um restaurante com seus dois irmãos, pois queria um negócio em família. Abriu então o *Midwest Grill* em Cambridge, com a idéia de iniciar o rodízio, uma churrascaria, o que não tinha na época. Quando abriu, seus clientes eram majoritariamente brasileiros, mas agora 80% de sua clientela é norte-americana. O motivo do sucesso entre esta clientela, segundo o proprietário, é o fato do churrasco ser conhecido dos norte-americanos, que costumam viajar: “hoje todos os lugares do mundo têm churrascaria – Aruba, China...” Neste sentido, meu interlocutor não apenas fala sobre a difusão global das churrascarias, como também descreve seus clientes norte-americanos como cosmopolitas, no sentido definido por Hannerz (1999), que teriam mais curiosidade e conhecimento sobre “outras” culturas culinárias do que os demais clientes.<sup>49</sup>

Enquanto os norte-americanos podem ser entendidos como cosmopolitas, os clientes brasileiros, em contraposição, são pensados como transnacionais – denominações que apontam diferenças sociais, culturais e de classe. Werbner afirma que tanto cosmopolitas quanto transnacionais são híbridos culturais, mas com algumas diferenças. Os segundos, ao contrário dos primeiros, apresentam uma hibridez

---

<sup>49</sup> Hannerz define o cosmopolitismo como uma “orientação, uma vontade de se envolver com o Outro. É uma experiência intelectual e estética de abertura para experiências culturais divergentes, uma busca por contrastes em lugar da uniformidade. (...) Cosmopolitas podem ser diletantes, bem como os peritos, e muitas vezes são ambas as coisas, em tempos diferentes. (...) Cosmopolitanismo a maioria das vezes possui um filão narcisista; o eu é arquitetado no espaço onde as culturas se refletem entre si” (1999: 254).

inconsciente, orgânica e negociada coletivamente na prática. Ambos pensam globalmente, mas apenas os transnacionais têm suas lealdades ancoradas em redes sociais translocais e diásporas culturais, ao invés de um ecumenismo global. A maioria dos translocais apresenta dificuldades econômicas e sociais, e constrói de forma coletiva recursos de socialidade e ajuda mútua para (sobre)viver. Formam vínculos para lidar com a rejeição e o racismo, mas também para competir por honra, se divertir e celebrar (Webner 1997: 12).

Os restaurantes brasileiros mais sofisticados apresentam uma clientela majoritariamente, de norte-americanos. Nestes, os garçons devem falar inglês e, em um deles, observei que havia garçons não-brasileiros. Os proprietários de restaurantes com quem conversei justificam de formas bastante semelhantes as razões pelas quais isto ocorre. Eles definem os norte-americanos como pessoas que não cozinham em casa, e estão mais acostumados a fazerem suas refeições em restaurantes. Segundo eles, estes clientes estariam mais dispostos a experimentar comidas diferentes, pois estariam mais abertos a conhecerem outros lugares, culturas e sabores. Os brasileiros, ao contrário, cozinhariam com mais frequência, fariam suas refeições em casa e procurariam mais “comida brasileira”, evitando conhecer e experimentar novas comidas e culturas. Em suas falas, tanto os norte-americanos quanto os brasileiros são descritos de formas homogeneizantes, sem nuances referentes a gênero, classe ou qualquer outra. Noto que, mais adiante, retomarei estes mesmos estereótipos sobre brasileiros e norte-americanos, que são (re)produzidos pelos interlocutores de minha pesquisa.

“Os brasileiros não eram muitos quando a gente começou. No sábado e no domingo aparecia um ou outro para comer a feijoada, mas noventa por cento de todo o movimento era americano. Os americanos dizem que de cada dez refeições, oito eles comem fora, porque aqui eles não têm o hábito de cozinhar em casa, e nem aquele hábito de eu com minha família e vou convidar você com seu namorado para vir na minha casa. É sempre vamos arrumar um restaurante para a gente ir comer e socializar, porque não existem empregados, não existem empregadas domésticas. Se eu for fazer uma janta para você, seu marido e sua criança, e eu não tenho empregado, eu vou ter que trabalhar e não vou poder dar atenção para vocês.” (Abel)

Dois proprietários de restaurantes disseram-me ainda que os brasileiros consideravam seus restaurantes caros, o que não ocorre com os clientes norte-americanos. Em seus discursos, evidencia-se uma

moralidade relacionada à alimentação, que também aparece nos discursos de outros sujeitos de pesquisa. Através deste discurso moral, os brasileiros são descritos como pessoas que economizam na alimentação, e que “só pensam em dinheiro”, deixando de lado outros aspectos valorizados, como a saúde e a qualidade da alimentação. Um exemplo é esta afirmação de um proprietário de restaurante sobre os brasileiros que consideram a comida do restaurante cara: “É difícil de explicar... Tem os que querem economizar, tem os que querem comer bem... tem os que economizam na comida, mas gastam na droga, na bebida... olha, ser humano é difícil, mas só tenho que agradecer a Deus...”

Não são apenas os proprietários de restaurantes que possuem estas noções de que “brasileiro economiza na comida”. Conversando com interlocutores que trabalhavam ou tinham trabalhado em restaurantes, ouvi recorrentemente que eles preferiam atender os clientes norte-americanos por estes serem mais generosos no momento de dar os *tips*, ou gorjetas, para os brasileiros, uma prática bastante comum – e quase obrigatória – nestes estabelecimentos. No momento em que realizei a pesquisa, os montantes de *tips* tinham se reduzido consideravelmente devido à crise econômica.

A frequência de brasileiros e norte-americanos também se alterna nos restaurantes. Segundo meus entrevistados, a presença maior de brasileiros é durante o almoço, enquanto os clientes norte-americanos seriam mais numerosos à noite. Um deles contou-me que, no horário do *lunch* (das 11 da manhã às duas e meia da tarde), 80% é brasileiro e 20% é “misturado” (norte-americanos e de outras nacionalidades). Já no horário da janta (das cinco às onze da noite), ocorre o contrário: 20% de clientela brasileira e 80% de norte-americanos. Esta frequência também seria variável de acordo com os dias da semana. De acordo com os proprietários, o número de brasileiros nos restaurantes é maior aos domingos, quando almoçam com as famílias.

Além da presença de churrascarias em diversos países do mundo, outro fator favorece a inserção deste tipo de restaurante brasileiro na região. Nos Estados Unidos, são comuns as *steak houses*, restaurantes especializados no preparo de carnes, e a preparação do *barbecue*, traduzido para o português como “churrasco”, por famílias norte-americanas. Diversos nomes de restaurantes brasileiros apresentam as palavras *steak house* e (*Brazilian*) *barbecue*, o que evidencia seu diálogo com as práticas locais. Ainda assim, os brasileiros percebem diferenças entre estes restaurantes brasileiros e os norte-americanos. Para o proprietário do *Midwest Grill*, a diferença entre a

churrascaria e a *steak house* norte-americana está no tempero diferente da comida – os americanos não usam sal nem alho, e no modo de prepará-la – o bife é grosso e grelhado. Para os norte-americanos, segundo ele, “falta o toque” que confere sabor à comida, que compara com “o perfume após o banho”

Neste restaurante, o churrasco tem vários tipos de carne: carne de porco, carne de boi, costela, frango, carne de cordeiro, lingüiça, além de pão de alho. Logo que foi aberto, no início dos anos 90, o restaurante servia a lingüiça italiana, que considerava mais parecida com a brasileira, e a *kielbasa*, lingüiça polonesa, segundo o proprietário do restaurante, adorada pelos americanos. Quando começou a haver lingüiça brasileira, eliminou a lingüiça italiana. Tentou fazer o mesmo com a lingüiça polonesa, mas houve protestos por parte dos clientes norte-americanos, o que levou o dono do restaurante a mantê-la no cardápio.

Além da busca pela culinária étnica, norte-americanos também freqüentam estes restaurantes acompanhados por brasileiros com quem têm relações de amizade. Deste modo, a comida aparece como importante elemento socializador nas relações interétnicas, principalmente as que incluem brasileiros que apresentam uma inserção maior na sociedade local, com boa fluência na língua inglesa, e que estão inseridos em redes sociais que incluem norte-americanos de camadas médias e camadas médias altas. A comida, argumento mais adiante nesta tese, leva ao conhecimento do “outro” e participa como elemento facilitador de relacionamentos.

Nos restaurantes brasileiros, há também a presença de clientes *hispanos*. De acordo com os proprietários que entrevistei, estes clientes costumam ir ao restaurante por serem “acostumados” a comerem comidas semelhantes à brasileira, com ingredientes como “arroz e feijão”. Também foram descritos por meus entrevistados como “carnívoros” – daí decorre o fato de apreciarem os restaurantes brasileiros, especialmente os que servem churrasco e apresentam o sistema de rodízio.

Em alguns destes restaurantes brasileiros, uma das formas de atrair a atenção de clientes norte-americanos é “apresentá-los” a elementos tomados como “típicos” ou particulares do Brasil.

“O segredo é sabor, preço e qualidade. E atendimento. A maioria dos restaurantes brasileiros não tem atendimento. O cliente, principalmente na concepção americana, ele sai, ela quer ter prazer em sair. Ela tá pagando, tá sentando lá, ela quer se divertir. Você é o centro do

restaurante. Então você tem que mostrar o restaurante, dizer por que a comida é daquele jeito, por que o restaurante é decorado daquele jeito. (Neto)”

Estes restaurantes, assim como os *fast foods* analisados por Rial (1992), tem como objetivos, além de fornecerem alimentos aos clientes, o entretenimento. Por esta razão, as imagens decorativas são tão importantes – o paladar não é o único sentido a ser explorado, mas também a visão, pois há um “gosto pela imagem”. São elas que tornam estes estabelecimentos em “restaurantes espetáculos” (Rial 1992). Dentre os elementos da decoração do restaurante citado por Neto, estavam o fogão à lenha e as painéis de barro, que remetem à uma visão de Brasil rural. Esta decoração que valoriza aspectos de um modo de vida “da roça” pode ser relacionada a um movimento mais amplo de valorização do rural – incluindo suas tradições, paisagens e alimentos considerados “naturais” – pela população urbana. Esta valorização está associada ao consumo de comida caseira, produtos artesanais e festas tradicionais, que atraem turistas e visitantes. Neste processo de positivação, elementos antes estigmatizados por serem considerados “atrasados” ou “ultrapassados” são ressignificados e associados à melhoria da saúde e qualidade de vida.

Esta valorização já era percebida na França na década de 1970, como mostra o estudo de Champagne (1977), que denominou o processo de “moda do antigo”.<sup>50</sup> Menasche chama a atenção que este processo ocorre a partir da construção de uma idealização do rural (Menasche 2009). No espaço rural, moradores da cidade parecem procurar alimentos que estão associados à pureza, natureza, autenticidade, em oposição aos produtos industrializados relacionados ao modo de vida urbano (Menasche 2004).<sup>51</sup> Mostrarei mais adiante, no capítulo 4, que

---

<sup>50</sup> Champagne (1977) realizou o estudo em uma comunidade rural da França no fim dos anos 1970. De acordo com o autor, enquanto nos anos 50 o modo de vida camponês e os elementos relacionados a este modo de vida eram considerados arcaicos, há, nos anos 70, um movimento de valorização destes aspectos da vida no campo em oposição à industrialização e urbanização. Champagne observou que, na década de 50, os camponeses substituíram os móveis de madeira, que tinham sido de membros da família, por móveis de fórmica, que eram relacionados a valores da vida moderna. Duas décadas depois, há uma revalorização dos móveis de família, então positivados como rústicos. Este movimento de valorização do antes estigmatizado modo de vida camponês inclui a agricultura tradicional e aspectos relacionados ao que pertenceria ao passado e à natureza.

<sup>51</sup> Menasche e Wedig (2010) apontam que esta valorização dos aspectos do modo de vida rural por moradores da cidade é acompanhada por uma positivação e ressignificação deste mesmo modo de vida pelos moradores das zonas rurais. A formação de um mercado de produtos relacionados a este modo de vida rural cria uma demanda por um rural idealizado, segundo

esta positivação do rural também pode ser percebida através da circulação e consumo de alimentos denominados “da roça” por alguns de meus interlocutores.

Se este processo não é recente e, segundo sugere alguns estudos, pode ser observado em diferentes contextos, o que parece interessante é que, observando alguns restaurantes brasileiros na Grande Boston, esta valorização do rural está associada a uma representação de brasilidade. Elementos do modo de vida rural – fogão a lenha e panelas de barro, por exemplo – são utilizados como peças decorativas em restaurantes, alguns deles bastante sofisticados e caros demais para a maior parte dos imigrantes brasileiros, e rotulados como representação de Brasil. No restaurante idealizado por Neto, por exemplo, o fogão à lenha é revestido por mármore, e serve para abrigar o *buffet* de saladas, cujas tigelas são apoiadas em cubos de gelo para manterem-se frescas. É interessante observar que em outros contextos sociais – como notei em minha pesquisa de mestrado em uma comunidade de camadas médias e populares em Santa Catarina (ver Assunção 2007) – o fogão à lenha não está na cozinha principal da casa, pois sua presença é oposta aos valores da rapidez e da praticidade, representativos de uma cozinha moderna.

A panela de barro também é recorrentemente utilizada como elemento que evoca brasilidade. É comum encontrá-la, por exemplo, em fotos de comida de *sites* de restaurantes brasileiros na Grande Boston. Conheci também pelo menos dois brasileiros que trabalhavam para empresas de *buffets* na região, e que a utilizavam para servir comidas nas festas. Ambos tinham levado as panelas do Brasil para Boston em malas com a finalidade de as utilizarem em seus trabalhos. Deste modo, as panelas de barro, assim como o fogão à lenha, não são usados no preparo da comida, ou seja, não possuem um valor utilitário, mas são importantes por objetificarem valores e imagens, como as do passado rural, que são utilizados estrategicamente para representarem a brasilidade, e serve como elementos distintivos de outras nacionalidades. Percebe-se ainda que a materialidade é parte integrante da experiência sensorial. Desta maneira, a panela de barro e o fogão à lenha articulam vários ideais culturais (Ger e Kravets 2009: 199), como

---

Menasche (2009), contribuindo para uma reinvenção de práticas e identidades e tradições entre os moradores do campo.

Neste mesmo sentido, Carneiro mostra que trabalhadores rurais também associam a idéia de “pureza” à alimentação que tinham no passado, e que é considerada mais saudável por “não ter química”. A autora, concordando com Brandão (1981), esclarece que a referência à “pureza” participa da definição de comida saudável e serve para se estabelecer diferenças e avaliações sobre o modo de vida do passado e o de “hoje em dia” (Carneiro 2006).

a “pureza”, “autenticidade” e a “tradição” de um mundo rural idealizado.



Foto de feijoada em panela de barro em *site* de restaurante brasileiro na Grande Boston

**BRAZILIAN COUNTRY BUFFET & CHURRASCARIA**

**ALL YOU CAN EAT \$8.75 PLUS 8% MASS TAX KIDS UNDER 7 EAT FREE**

**BUFFET SALAD BAR B-B-QUE**

**TODOS OS DIAS 11AM - 1AM**

**617.389.3166**

**MÚSICA AO VIVO DE 5ª A DOMINGO**

**18 NORWOOD ST. EVERETT-MA**

Anúncio publicitário de um restaurante brasileiro estilo “country” na Grande Boston

Também é importante perceber que esta idealização da ruralidade aparece ainda em diálogo com imagens e imaginários do estilo “country” difundidos pelo cinema norte-americano há diversas décadas, e que fazem parte do panorama de imagens que circulam

globalmente (Appadurai 1996, 1999). Em um restaurante brasileiro em Everett, aberto durante o período de meu trabalho de campo, o *Brazilian Country Buffet*, trazia na decoração com madeiras rústicas e as garçonetes vestidas com chapéus e roupas no mesmo estilo. No cardápio, não havia novidades em comparação com outros restaurantes brasileiros: churrasco e um *buffet* com saladas, feijão tropeiro, arroz, feijão e outros pratos facilmente encontrados em outros estabelecimentos.

Nas decorações da maioria dos restaurantes brasileiros, outros símbolos recorrentes da representação da brasilidade são apresentados. Além da bandeira do Brasil e das cores verde e amarelo, imagens referentes aos estereótipos de praia e futebol também são utilizados como elementos de composição do ambiente. Em uma das paredes do *Café Brazil*, o mais antigo restaurante brasileiro ainda em funcionamento, há uma pintura de uma praia carioca.<sup>52</sup> Nos nomes dos pratos do *menu*, comidas são associadas a nomes de brasileiros e personagens brasileiros famosos: “Salmão à Sonia Braga”, “lombinho à Ronaldinho”, “picanha Fio Maravilha”, que foi um jogador do Flamengo amigo dele e que nasceu na mesma cidade do proprietário, Ipatinga. O “Frango a Dona Flor” é uma referência ao personagem do romance de Jorge Amado, interpretado na versão da novela da Rede Globo por Sonia Braga, atriz que participa com frequência de produções norte-americanas. Segundo o proprietário do restaurante, os nomes apresentam relações com a comida servida. O “Frango a Dona Flor”, por exemplo, traz carne de frango envolvido em bacon, o que remeteria ao envolvimento amoroso dos protagonistas do romance de Jorge Amado: a esposa, o atual marido e o ex-marido morto.

O proprietário do restaurante lançou um prato que se chama Brasil 2001. Esse prato ficou no cardápio por uns dez anos, e então, pela passagem do ano 2001, mudou para “Sabor do Brasil”, mas continua sendo o mesmo prato. Segundo o dono do restaurante, “Sabor do Brasil” é o favorito dos brasileiros, e leva este nome porque tem “de tudo do Brasil, um pouquinho de cada coisa. Tinha pedaço de bife de boi, de

---

<sup>52</sup> Davis mostra que as imagens e o imaginário do Rio de Janeiro como um símbolo de brasilidade nos Estados Unidos passou a ser construída ainda na primeira metade do século XX. De acordo com o autor, de 1917 até os anos 60, a maior parte dos artistas brasileiros que se apresentaram nos Estados Unidos saíram do Rio de Janeiro, ou já tinham morado ou trabalhado na capital carioca. Estas imagens também teriam sido propagadas pela mídia americana e por norte-americanos que visitaram a cidade, como Orson Welles, Walt Disney e produtores de Hollywood. Deste modo, por exemplo, surgiu o personagem da Disney Zé Carioca, e a primeira produção hollywoodiana que teve o Brasil como tema, focando no Rio de Janeiro, *Flying Down to Rio*, de 1933 (Davis 2008).

porco, de galinha, linguicinha, bananinha frita, arroz tropeiro, arroz e feijão.” Nos pratos servidos no *Café Brazil*, há também referências a personagens da cidade de Ipatinga que o proprietário diz ter conhecido, como Zé Pescador e Zé Preto, que dá nome ao PF (prato feito). O “Frango Flor de Liz” homenageia a mulher por quem era apaixonado quando era adolescente – “a mulher de meus sonhos” – e o “Frango à Dona Clara” é uma referência a sua mãe.



A pintura da praia carioca nas paredes do restaurante Café Brazil, em Allston, em foto do site do restaurante brasileiro mais antigo na Grande Boston.

No espaço físico dos restaurantes, a brasilidade não é acionada apenas nos elementos decorativos. Em geral, os restaurantes brasileiros possuem aparelhos de televisão que estão sempre ligados na Rede Globo. Em alguns deles, além das TVs ligadas, há também música ambiente, quase sempre de cantores e grupos musicais brasileiros. Alguns deles têm música ao vivo de cantores brasileiros que vivem na região, durante as noites e, com maior recorrência nos finais de semana. Nos restaurantes brasileiros “para americanos”, a música brasileira é, na maioria das vezes, a MPB (Música Popular Brasileira) e, eventualmente, samba. Neto disse-me ter participado da seleção das músicas tocadas no

restaurante, que incluíam no repertório brasileiros cantando músicas em inglês, e também cantores norte-americanos cantando músicas brasileiras (traduzidas para o inglês ou em português). Com estas músicas, Neto esperava que os clientes tivessem uma sensação de familiaridade – com o idioma, no caso das músicas cantadas em inglês – e também de curiosidade e estranhamento, por causa do sotaque dos brasileiros cantando em inglês ou do repertório de músicas brasileiras interpretadas por cantores norte-americanos conhecidos por sua clientela.

Os *menus* dos restaurantes também apresentam os idiomas português e inglês. Mais comumente, o nome do prato é em português, enquanto a sua descrição é somente em inglês. Esta tradução geralmente é feita por norte-americanos que conhecem o Brasil ou tem vínculos com brasileiros, como explica este proprietário, que participou da construção do cardápio de um dos primeiros restaurantes brasileiros na Grande Boston:

“Na época a gente conhecia uma pessoa da Harvard, que ia lá, comia e gostava, trabalhava na Harvard... ele tinha muito conhecimento do Brasil, da comida brasileira... então ele ajudou e facilitou pra nós barbaridade. Não era uma tradução ao pé da letra, mas era uma tradução do que era.”

Através do idioma utilizado em destaque nos *menus* de restaurantes, padarias e outros comércios brasileiros, evidencia-se que estes estabelecimentos buscam atrair, além da clientela brasileira, clientes de outras nacionalidades. No cardápio de uma padaria, por exemplo, as opções para o café-da-manhã aparecem apenas em inglês, apontando que são servidas opções para *breakfast* norte-americano, com ovos, lingüiça, bacon, omeletes e panquecas. Também em inglês aparecem as opções *Soups & Salads*, *Burgers & Sandwinches*, *Subs*, *Wraps* e *Pastas*. Em português, são oferecidos *Pão Francês* (com filé ou peito de frango), *Pão Francês na Chapa* (também com queijo, ovo, mortadela, presunto, misto quente e bauru), *Prato do Dia* – uma opção de carne (frango, de boi, de porco, peixe ou camarão) acompanhado com arroz, feijão, batata-frita, banana frita, salada ou ovos, e *Sandwiches Brasileiros* (diversos tipos de “X”, como X-Salada, X-Galinha, X-Bacon, etc, com pão, queijo, uma ou mais variedade de carnes e saladas). O que está escrito em português apresenta uma tradução em inglês, em letra menor.

No *menu* de uma pastelaria brasileira, podem ser encontradas também comidas destinadas a clientes *hispanicos*. Além dos pastéis, os sanduíches (os “X” semelhantes aos da outra padaria citada acima), salgados assados (esfihas, empadinha, pão de queijo, pastel assado), caldos (mocotó, de frango e de feijão), salgados fritos (coxinha, quibe, bolinho de bacalhau, risoles), sobremesas (pudim, mingau, arroz doce, musse, torta e pavê) e vitaminas (de frutas) são anunciados em português, com tradução em inglês. Os *Pratos Tradicionales*, traduzidos como *Traditional Spanish Dishes*, trazem as opções *Mojarra Frita* (peixe frito), *Pollo Asado* (frango assado), *Montañero/Colombian Special* (prato com duas tortillas, arroz, feijão, ovos, carne assada e torresmo) e *Carne Asada*.

As padarias brasileiras preparam ainda *hamburgers*, conhecidos como comida norte-americana, mas bastante difundido globalmente, principalmente devido às cadeias de *fast food*. Uma delas oferecia *hamburgers* a US\$ 0,99, mesmo preço de alguns restaurantes *fast food* norte-americanos, em um anúncio veiculado em jornal brasileiro, mostrando que destina também à clientela brasileira.

**ARE YOU HUNGRY?**

The Fast Delivery to:  
Somerville - Crowth  
Medford - Cambridge  
Ligue para conferir...  
617.625.0001

**\$7.99** in Small Containers  
Served with MARMITEK

**SELF-SERVICE E CHURRASCOIA**

**Now SERVING BREAKFAST**

**COME WITH:**  
Rica Beans, Beef, Brazilian BBQ, Chicken and vegetable of the day. Ask for more details.

**Serve 2 \$11.99** in Small Containers Served with MARMITEK

**Boca de Grill**

**Brazilian Food WE DELIVERY**  
Fast delivery in town guarantee!

3 WASHINGTON STREET - SOMERVILLE  
NEAR OF THE HOLIDAY INN HOTEL

617.625.0001  
617.625.0002

OPEN MONDAY THRU SATURDAY  
FROM 7:00AM UNTIL 10:00PM

CATERING AVAILABLE

**FREE** When you purchase 3 MARMITEK

**FREE** When you purchase 2 MARMITEK

**\$1.49** BRAZILIAN COFFEE FREE REFL

Anúncio de restaurante brasileiro que oferece *breakfast* norte-americano, com ovos e bacon.

Estes estabelecimentos também aproveitam as datas comemorativas dos Estados Unidos para atrair norte-americanos e clientes de outras nacionalidades. Além do dia das mães e do dia dos

namorados (este comemorado tanto no dia brasileiro, 12 de junho, quanto na data dos Estados Unidos e de outros países, 14 de fevereiro), por exemplo, oferecem promoções e cardápio diferenciado para o *Thanksgiving*, dia de Ação de Graças celebrado na quarta quinta-feira do mês de novembro.<sup>53</sup> Nestes estabelecimentos, há a preparação de peru, ainda que alguns com “toque brasileiro”, como me afirmaram alguns donos de restaurante, referindo-se ao tempero, principalmente o uso de alho e maiores quantidades de sal do que a preparação usual dos restaurantes norte-americanos.

Neste sentido, podemos fazer uma analogia entre a construção destes cardápios de restaurantes e padarias brasileiras que incluem outras comidas étnicas com os entendimentos de Bauman (2011) sobre a migração e a formação de identidades em um mundo globalizado. Como explica o autor, passamos de um estágio de construção de nação para o pertencimento multicultural, que se caracteriza por uma fluidez de identidades e um intercruzamento entre continuidade e descontinuidade. Assim, a consolidação destes estabelecimentos étnicos apresenta não apenas a (re)construção de elementos da brasilidade, como também uma negociação e diálogo com outras identidades étnicas. Apresentam ainda comidas cujo atual rótulo étnico passa a ser questionável devido à difusão de sua produção e consumo global, como os *hamburgers*.

Atrelada a uma idéia de comida “natural” e autêntica, alguns proprietários de restaurantes também apresentam a noção de comida “saudável”, que é uma das preocupações apontadas por meus interlocutores em relação a suas práticas alimentares. A busca por uma alimentação saudável, e as associações entre alimentação, corpo e saúde, conforme indicam alguns estudos, não são exclusivas dos brasileiros na Grande Boston, nem de classes sociais específicas. No caso dos restaurantes, a comida brasileira é associada a uma alimentação saudável, em comparação à alimentação norte-americana, descrita como “gordurosa”. Enquanto esta última seria muito calórica, a primeira seria bastante variada, composta de muitos legumes e verduras. No restaurante idealizado por Neto, esta associação é feita também através da presença de frutos do mar no *menu*, como peixes e camarões. Neto também contrapõe a comida saudável de seu restaurante à comida

---

<sup>53</sup> O *Thanksgiving*, Dia de Ação de Graças, é um feriado cujas origens são bastante controversas. Historiadores acreditam que teria iniciado no século XVII por líderes colonialistas para celebrar uma boa colheita. Um dos mitos de origem da celebração conta que peregrinos na colônia de Plymouth, em New England, nordeste dos Estados Unidos, não tinham comida suficiente para se alimentar, e foram alimentados por índios norte-americanos (os *Native-Americans*), que lhes ensinaram a pescar e lhes deram sementes.

servida por outros restaurantes brasileiros, que seriam preparadas com muito sal, considerado um grande malfeitor para a saúde dos que o ingerem em excesso.

Como analisa Claude Fischler (1994), o discurso de senso comum relaciona as práticas alimentares aos esforços para manutenção e promoção da saúde dos corpos. Neste sentido, a alimentação é delimitada por regras que restringem tanto *o que e quanto* se deve comer quanto pelas restrições alimentares. Entre estas regras, estão a importância de se comer alimentos variados e frescos, alimentar-se com moderação e manter hábitos ligados à tradição (Fischler 2002). Percebe-se, portanto, que há uma moral alimentar associada a uma perspectiva de medicalização da alimentação, que utiliza noções como valores nutritivos e atrela a ingestão de determinados alimentos à ocorrência de certas doenças, como câncer e problemas cardíacos. No capítulo 2, discorrerei sobre outros aspectos da moralidade alimentar.

Além de comida saudável e autêntica, a comida dos restaurantes brasileiros foi recorrentemente classificada por meus interlocutores como uma comida “caseira”, que também remete a representações de práticas alimentares que os imigrantes possuíam antes de migrarem, das quais possuem saudade. Esta alimentação é também descrita pelos proprietários de restaurantes como uma “comida de mãe”. Em minha dissertação de mestrado, mostro como donas de casa, responsáveis pelo preparo das refeições da família, consideravam-se conhecedoras dos gostos dos filhos e do marido, o que lhes conferia relativo poder nas dinâmicas familiares. Sugiro que, quando os proprietários de restaurantes referem-se à comida de mãe, estão recorrendo, além do aconchego do ambiente familiar e doméstico, a estas representações da figura da mãe como provedora e conhecedora dos gostos individuais dos filhos.

A culinária brasileira tem que ter arroz e feijão, principalmente na nossa época, que nós abrimos aqui, que o brasileiro tava com saudade do arroz e feijão, mais de nada... Saudade da mãe, e do arroz e feijão. Então nós pensamos assim: vamos criar um prato com arroz e feijão, que daí ele vai se lembrar da mãe e da avó dele (proprietário do Café Brazil).

No discurso do proprietário do restaurante, percebe-se que, mais do que alimentos, vende-se os vínculos com os familiares de quem os imigrantes sentem saudades, e que são evocados através da comida e de sua sensorialidade.

### 1.3. A comida brasileira em outros mercados

Além dos restaurantes, é possível encontrar “comida brasileira” em estabelecimentos norte-americanos ou em outros mercados étnicos. O setor alimentício – refiro-me aqui aos restaurantes, pizzarias, padarias, lanchonetes e redes de *fast food* – é uma das áreas que mais emprega imigrantes brasileiros, em diferentes funções, como *dishwasher* (lavador de pratos), garçom, atendente e cozinheiro. Para cada uma destas funções, é requerido um capital específico. A atividade de *dishwasher*, por exemplo, é mais desempenhada por recém-chegados e inexperientes; já a função de garçom requer conhecimentos de inglês e é, notadamente, ocupada em maior parte pelos brancos. Alguns destes estabelecimentos que empregam brasileiros possuem uma bandeirinha do Brasil na frente, o que pode ser entendido como um local onde o imigrante pode ser atendido em português.

Alguns destes estabelecimentos oferecem produtos brasileiros visando atrair clientela brasileira. É o caso, por exemplo, de uma rede de mercados latinos, que possui “açougues brasileiros” no interior de suas lojas. Em minha pesquisa de campo, observei a importância do corte de carne brasileiro para muitos imigrantes – a maioria deles disse-me comprar carne em açougues brasileiros por este motivo. Outro exemplo é um restaurante de um Shopping Center (*mall*) da Grande Boston, que serve cozinhas “americana, chinesa, brasileira e espanhola, segundo anúncio veiculado em uma revista brasileira que circula no estado de Massachusetts. Lá, a comida é servida em “combos” – combinações de porções de carnes e acompanhamentos que tem preços variáveis e são escolhidos pelos clientes, e pode ser encontrada feijoada, como pode ser visto no anúncio abaixo, e *Brazilian Rice*.

	1277 Broadway Saugus, MA 781-420-9941			
Inside the Square One Mall's Food Court You will be impressed with our American, Chinese, Brazilian & Spanish Cuisine		<b>Combo 1</b> 2 meats 2 sides <b>\$6.49</b>	<b>Combo 2</b> 1 meat 2 sides <b>\$5.29</b>	<b>Combo 3</b> 1 meat 1 side <b>\$4.89</b>

Há também brasileiros que chefiam cozinhas de restaurantes. Vitória é cozinheira, e trabalha em um restaurante de cozinha

internacional em Cambridge, cidade onde se localizam a Universidade de Harvard e o MIT (*Massachusetts Institute of Technology*), e é conhecido por ter habitantes de diversos lugares do mundo e custo de vida elevado. Segundo ela mesma, não adota o *fusion*, que seria a mistura de duas ou mais cozinhas internacionais. Contou-me que gosta de pesquisar em livros de receita, respeitar as regras culinárias de sua família, e gosta de criar, inspirando-se em receitas de determinadas culturas. No restaurante em que trabalha, seus clientes são sempre os mesmos, então procura inovar. Segundo ela, estes clientes são sofisticados, “de cabeça aberta”, que gostam de experimentar pratos – percebe-se que seus clientes apresentam o perfil “cosmopolita”, como definido por Hannerz (1999), e são de camadas médias e camadas altas. Ela disse que todos os restaurantes brasileiros em Boston são de qualidade ruim e que se recusaria a trabalhar em todos eles. Afirmou que os imigrantes vem para cá em busca de dinheiro, são “os menos favorecidos”, não conhecem ingredientes de boa qualidade e costumam comer o que sempre comeram na zona rural. Um exemplo é o feijão tropeiro, prato preparado por todas as camadas sociais mineiras, e churrasco.



Mercado “latino” que tem açogue brasileiros, além de outros produtos provenientes do Brasil

Vitória disse-me que costuma preparar pratos brasileiros no restaurante. De acordo com ela, o *Brazilian stroganoff* é muito apreciado pelos americanos. É o prato mais preparado no inverno, e há clientes que perguntam quando será servido. É preparado com leite, que substitui creme de leite, porque “americano tem pavor de creme”, pois acha que a “gordura engorda”. O proprietário do restaurante, segundo Vitória, a proíbe de passar a receita deste prato. Ela prepara também bobó de camarão, que traduziu como um tipo de “creme de yucca”. A partir do bobó, criou uma sopa, apenas colocando mais água, que a mulher de seu chefe chamou de “*South American Soup*”. Prepara ainda o lombo de porco com couve mineira (“do jeito que minha mãe prepara, sem água”), *Brazilian* polenta, Farofa de banana, Salpicão brasileiro e Caldo de feijão, servido todas as terças-feira (com porção menor, light, para mulheres). Vitória contou-me que denomina estes pratos de brasileiro, e não de baiano ou mineiro, retirando sua especificidade regional. Ela tem contato direto com os clientes, para quem procura apresentar as comidas brasileiras. Já passou um vídeo mostrando um mineiro apresentando pratos mineiros, com um violão ao fundo que fez muito sucesso entre os clientes, que riram muito. Também já mostrou para os clientes o que é *yucca flour*, ou farinha de mandioca.

Vitória, assim como outros brasileiros, trabalha em restaurantes que preparam *Brazilian food* para clientes que são, quase sempre, não-brasileiros. É interessante ressaltar que, ao inserirem-se neste mercado, algumas comidas são etnizadas e rotuladas como brasileiras. A feijoada é conhecida no Brasil como símbolo nacional, e nos restaurantes brasileiros da Grande Boston, é o prato mais pedido por clientes norte-americanos. Como me informaram os proprietários de restaurantes que entrevistei, os brasileiros raramente pedem esta iguaria nos restaurantes, diferentemente dos clientes de outras nacionalidades, que querem experimentar a comida que é representativa da culinária brasileira.

Outras comidas, no entanto, são percebidas nos Estados Unidos como *Brazilian food* por norte-americanos, apesar de não serem comumente reconhecidas no Brasil como particularmente “brasileiras”. É o caso do *stroganoff*, frequentemente anunciado como *Brazilian stroganoff*, como apontei acima com o exemplo de Vitória. Outras comidas ainda são conhecidas no Brasil como comidas regionais, e são apresentadas nos Estados Unidos como brasileiras, em um processo semelhante ao das identidades dos brasileiros naquele país, que não tem suas particularidades regionais reconhecidas por norte-americanos e indivíduos de outras nacionalidades. O pão de queijo, por exemplo, apesar de poder ser encontrado em todo o Brasil, é conhecido no país

como representativo da culinária mineira e, nos Estados Unidos, como *Brazilian food*, traduzido como *Brazilian cheese biscuit*, ou ainda outras denominações. Outro caso é o da moqueca de peixe, prato facilmente encontrado nos cardápios *a la Carte* dos restaurantes brasileiros, quase sempre sem a denominação “capixaba” ou “baiana”.

O restaurante *Moquecas Capixaba*, apesar do nome, se apresenta como restaurante de estilo brasileiro. Em seu *menu*, há diversos tipos de moqueca (de peixe, camarão, mexilhões), além de outros pratos “brasileiros”, como feijoada, *stroganoff* de frango, bobó de camarão e mandioca frita. É o mesmo caso do *Mainha Restaurant*, que traz em seu anúncio publicitário a figura de uma baiana e bolinhos de acarajé (servido nas quartas, sextas e nos últimos domingos de todo o mês), também se identifica como restaurante de comida brasileira, e não comida baiana.



Além destas comidas, o açaí aparece também como brasileiro, e sua oferta está voltada principalmente para clientes norte-americanos. Em anúncios, o açaí aparece em referência à Amazônia, ou mais especificamente à Floresta Amazônica, que, assim como o Rio de Janeiro, é um dos poucos lugares que os norte-americanos reconhecem facilmente como brasileiros. O açaí é comumente apresentado em anúncios por ser uma bebida energética e por suas qualidades nutritivas, como ser rico em antioxidantes e aminoácidos essenciais, e pode ser encontrado em sucos, tigelas e até mesmo como componente de pílulas para

emagrecer. É interessante notar que, em um dos anúncios, uma tigela de açaí, preparada com guaraná, banana e granola, é chamada é “*The Rio Bowl*”, e a marca do produto, Sambazon, une tanto as palavras “samba” e “*Amazon*”, e traz ainda a figura de um índigena. Deste modo, une diferentes referências de brasilidade em uma só – o Rio de Janeiro, a Amazônia, os índios e o samba.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Segundo a revista *The New Yorker*, de 30 de maio de 2011, o açaí passou a ser conhecido nos Estados Unidos há dez anos, quando os irmãos Ryan e Jeremy Black, do sul da Califórnia, juntamente com Edmund Nichols começaram a exportá-lo para o país. Sua primeira vinda ao Brasil teria acontecido em 1999. No ano 2000, um livro sobre açaí foi publicado por Hervé Rogez, relatando que o açaí possui muitos dos nutrientes que compõem uma dieta saudável e é uma grande fonte de anti-oxidantes que atuam contra o envelhecimento. Ainda de acordo com

A importância difusão do açaí nos mercados norte-americanos pode ainda ser percebida através de um anúncio veiculado na sessão de classificados de um jornal brasileiro em Massachusetts. Nele, eram oferecidas mudas de açaí para quem tem propriedade rural em

**AÇAÍ**

Um negócio lucrativo. Em 40500 m2, pode-se plantar 8 mil pés de Açaí. Em apenas 4,5 anos irão render 40 toneladas de polpa (sulcos). Eu tenho mudas especiais de grande produção e preço bem acessíveis para quantidades.

**Mudas de Açaí - com 12 meses**

Se você tem: propriedades rurais ou chácaras em Governador Valadares ou perto desta região, tenho 300 mudas de Açaí. Já com adubo para vender.



**TRATAR COM ALMEIDA**  
Fone: cell: (617) 240-0789 ou (617) 625-9380

Governador Valadares. O anúncio destacava o fato de o açaí ser um negócio lucrativo. Ofertas de casas e outras propriedades em Governador Valadares e outras localidades, principalmente em Minas Gerais, são bastante comuns na imprensa brasileira da Grande Boston, e demonstram as práticas transnacionais dos imigrantes da região, que possuem investimentos e projetos de vida voltados para o Brasil, como a aquisição de imóveis, mas também percebem possibilidades de ganho financeiro nos Estados Unidos.

Enquanto algumas comidas são etnizadas e rotuladas como “brasileiras” – o nacional englobando o regional no exterior – outras tornam-se populares em estabelecimentos não-brasileiros sem o rótulo étnico. É o caso da “caipirinha”, bebida preparada com cachaça, conhecida como brasileira, que nos últimos dez anos passou a ser encontrada também em bares norte-americanos e também em outros países.<sup>55</sup> Em muitos casos, a caipirinha é considerada uma bebida exótica, mas não denominada de bebida brasileira. Assim, após passarem a fazer parte do cenário global como comida étnica, algumas comidas e bebidas popularizam-se e perdem a conexão com o local de onde se originaram e que os identificavam. Como lembra Sidney Mintz, “as comidas se tornam étnicas; e também deixam de sê-lo” (Mintz 2001: 35).

---

a publicação, a empresa aberta pelos irmãos Black, a Sambazon, foi a primeira a importar açaí congelado de uma empresa brasileira de processamento. Em 2004, o açaí foi incluído na lista de “supercomidas”, no *best seller* “*The Perricone Promise: Look Younger, Live Longer in Three Easy Steps*”, do Dr. Nicholas Perricone, que no ano seguinte foi entrevistado pelo programa de TV de Oprah Winfrey, popularizando seus benefícios para a saúde e anti-envelhecimento. Com o aumento das vendas, os irmãos Black juntaram dinheiro para construir sua própria empresa de processamento de açaí na Amazônia.

<sup>55</sup> Agradeço ao antropólogo Mario Bicks sobre seus comentários sobre a popularização da caipirinha em diversos países do mundo, sendo conhecida como uma bebida exótica, e não propriamente brasileira.

**Rodizio de Pizzas**  
**BRASILEIRAS**  
 Toda sexta-feira e sábado, a partir das 6:30pm

Restaurante  
**Mitie's** O Ponto de encontro dos amigos é no Mitie's

- **Pizzas autenticamente brasileiras**  
 Frango com catupiry, portuguesa, calabreza, quatro queijos, entre outras
- **Pizzas doces deliciosas**  
 Romeu e Julieta (queijo com goiabada), chocolate branco, banana com canela

Estamos localizados na bela cidade praiana de Cape Cod. Um dos destinos de turismo e férias mais procurados da América. Venha conferir:

225 Hyannisport Rd (Rt 39) - Hyannis, Cape Cod - MA

**Tel.:(508) 775-4611** fale com a Lilian ou Sergio

**Não gosta de pizza? Venha assim mesmo!**  
**Temos deliciosas refeições brasileiras**  
 (churrasco, costela, moqueca, lasanha e muito mais...)

Outro exemplo é uma pizzaria italiana que oferece no cardápio uma “pizza brasileira”, com cobertura de palmito, criada por um funcionário brasileiro com o objetivo de atrair os clientes conterrâneos. Meus interlocutores falavam sobre as diferenças entre as pizzas norte-americanas e as brasileiras: as primeiras eram sempre com menos cobertura, ao contrário das últimas, que apresenta uma maior quantidade e variedade de ingredientes. Nas pizzarias brasileiras na Grande Boston, as pizzas recorrentemente

rotuladas como “brasileiras” são dos sabores: frango com catupiry, portuguesa, calabreza e quatro queijos, além das pizzas com palmito, e as pizzas doces, como Romeu e Julieta (queijo e goiabada), chocolate e banana com canela. Deste modo, a pizza, inicialmente conhecida como item da culinária italiana, no cenário global ganha novos sabores e nacionalidades.



**Capítulo 2**  
*Mudanças e Continuidades*

## *2. Comida, cotidiano e tempo*

Este capítulo compreende a alimentação enquanto parte integrante da vida cotidiana. Neste sentido, atento para as práticas alimentares de meus sujeitos de pesquisa, e a relação destas práticas com o tempo e o ritmo de vida. Deste modo, estas práticas relacionadas à alimentação são entendidas como estratégias que os sujeitos estabelecem para lidar com um novo contexto social, cultural e político. Além de possíveis transformações ou adaptações em sua rotina alimentar, os migrantes também lidam com um novo desafio – a de lidarem com a saudade e as pessoas que deixaram no Brasil. Sigo as orientações de Miller e Madianou (no prelo, s/d) de que os estudos de migração devem atentar para aquilo que é mais caro aos imigrantes: como manter à distância seus relacionamentos mais significantes. A partir destas questões, procuro compreender, tendo a alimentação como foco, quais as mudanças efetivas e os desafios enfrentados pelos imigrantes em seu cotidiano.

O cotidiano é entendido por Heller (1985: 3) como a vida de todos os dias, vivida por todas as mulheres e homens em qualquer tempo ou lugar. O cotidiano é algo construído e necessário na vida de qualquer pessoa. Kosik (1989) esclarece que o cotidiano expressa a existência de seres humanos no mundo, através da repetição de tarefas e atividades diárias essenciais para sua vivência. O modo de organização de suas vivências e as redes de relações que são construídas formam a cotidianidade.

Essas tarefas cotidianas, no entanto, podem ser pensadas além de atividades repetitivas. A dimensão do cotidiano, como sugerem alguns autores, é um lugar central de reprodução social. Para Lefebvre, a partir da formação da “sociedade burocrática de consumo dirigido”, o cotidiano passa a ser programado por forças sociais e políticas que estão além dos sujeitos que vivem nas cidades. Estas forças teriam o poder, segundo o autor, de planejarem as atividades dos moradores urbanos, tornando-as mais funcionais. Esta estruturação seria semelhante à de uma grande empresa moderna, que possui influência não apenas na arena econômica, como também no cotidiano das pessoas. Este modelo é imposto tendo a racionalidade como valor de organização e melhor funcionamento da sociedade (Lefebvre 1991).<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Wilk lembra que tanto para Durkheim quanto para Weber, o comportamento rotinizado, executado sem reflexão, era associado aos animais, aos primitivos e as chamadas “sociedades

Já Michel de Certeau propõe que o cotidiano também é um terreno potencial de resistência e subversão, e não apenas de complacência e passividade, como sugerem as análises de Lefebvre. O autor afirma que o cotidiano é formado por tempo e espaço onde se configuram as táticas que os atores sociais desenvolvem para lidarem com as ações engendradas por aparatos dominantes de repressão. Assim como há sistemas que normatizam a vida cotidiana, como pensa Lefebvre, há, para Certeau, espaço para ações de resistência dos sujeitos, através de microações diárias (Certeau 2008).

As obras emblemáticas de Lefebvre e Certeau sobre o cotidiano nos ajudam a pensar que rotinas podem ser tanto liberadoras quanto constrangedoras. Repito o questionamento de Wilk: por que algumas rotinas nos dão a sensação de liberdade e atos como instrumento de escolha, enquanto outras são restritivas e nos impedem de fazer escolhas? Ou ainda, em outras palavras: qual a diferença entre hábito e escolha? (Wilk 2009: 144). Estas questões são fundamentais para pensar as rotinas alimentares. Afinal, o que torna as práticas alimentares repetitivas, e quais seriam os fatores que levariam a mudanças nestas práticas?

Para entender a rotina de brasileiros na Grande Boston, é importante considerar que há implicações temporais em todas as práticas sociais contemporâneas. Aqui, o tempo não é apenas um recurso, mas também parte integrante em um sistema de práticas no qual estamos todos engajados. Como mostra Shove, há uma relação estreita entre tempo e rotina: por um lado, o tempo pode ser tomado como um recurso contemporâneo escasso que as práticas consomem e, por outro, o ritmo da vida social está na base da categoria tempo. Deste modo, há uma constituição mútua entre tempo e prática, pois são os arranjos temporais que provém da reprodução efetiva da vida diária, ou, nas palavras da autora, as práticas fazem o tempo (Shove 2009: 17).

O tempo é pontuado por eventos extraordinários, como morte e nascimento, mas também é organizado através de uma variedade de eventos ordinários, como dormir, comer ou assistir a televisão (Shove, Trentmann e Wilk 2009: 02). Utilizando exemplos onde a comida está sempre presente, podemos citar grandes eventos, como festas de aniversário, ou eventos diários, como almoços e jantares. Mas a noção

---

tradicionais”, não-modernas. Já a consciência reflexiva e a racionalidade era relacionadas às sociedades modernas. Segundo Wilk, para Durkheim e Weber eram bastante otimistas em relação à modernização, pois acreditavam que esta liberaria as pessoas dos constrangimentos dos hábitos, e criaria no futuro uma vida baseada no improvável, na reinvenção diária. (Wilk 2009: 144)

de tempo não contempla apenas a conotação de coordenação e ritmo, pois envolve ainda dimensões materiais, emocionais, morais e políticas.

O aumento da velocidade da sociedade e a experiência de estar apressado e ocupado não é apenas objeto de discussão de diversos autores, como também aparece nos discursos dos sujeitos de pesquisa sobre suas vivências cotidianas. Comentários sobre a falta de tempo para se alimentar apropriadamente ou ainda termos como *fast food* colocam questões sobre a aceleração das atividades cotidianas. Como sugere Shove, já que o tempo é parte da prática, deve-se focar não apenas no ritmo de vida ou encurtamento de distâncias, mas sobre novas configurações e modos de fazer,<sup>57</sup> que tomam forma em torno de meios tecnológicos, como tecnologias móveis, ou ainda com meios e modos mais rápidos de viagem (Shove 2009: 26). Indo além desta sugestão de Shove, podemos observar como estes novos meios são significados – valorizados ou depreciados – por nossos sujeitos de pesquisa, como no caso de meus interlocutores, o comer em movimento, que trato mais adiante.

O tempo frequentemente constitui um aspecto de competência e procedimento integral do cumprimento efetivo de práticas, como telefonar, comer e dormir. Fazer o jantar não é apenas uma prática que leva tempo, é também um processo que é internamente diferenciado, estruturado e seqüenciado de maneiras que são constitutivas e reproduzidas através das práticas (Shove 2009: 19). Nós temos noções relativamente fixas de “tempo apropriado” (Zerubavel 1981 apud Shove 2009: 25). Isto é particularmente significativo quando meus interlocutores narram as mudanças que ocorreram em suas rotinas alimentares após a migração.

Devemos também considerar que rotina não é um termo neutro, mas está carregado de significados. Segundo Slater, precisamos observar não apenas os aspectos empíricos da rotina, como também os aspectos éticos e normativos da noção de rotina. O autor explica que noções como rotina e seus cognatos são rotulados de acordo com *status* sociais particulares e valor a formas de ação e prática, e são estrategicamente estabilizadas de formas específicas. De acordo com Slater, definir uma estrutura de ação como rotina já contém uma moldura ética e um julgamento de valor. Para Slater, a rotina é um termo

---

<sup>57</sup> Neste sentido, a autora sugere o estudo de atividades como o ir e voltar do trabalho, a realização de várias tarefas simultaneamente, e ainda as viagens curtas, de apenas um dia de duração (commuting, multi-tasking, day tripping).

performativo, e não apenas um descritor, e é uma noção através da qual as práticas são estruturadas e valorizadas (Slater 2009).<sup>58</sup>

Finalmente, esta rotina, para além de sua concepção como atividades organizadas e repetidas de forma recorrente, não pode também ser pensada de forma individualizada. As rotinas de membros de uma mesma família, apesar de poderem ser diferenciadas, estão em inter-relação. Por esta razão, mudanças nas rotinas podem levar a mudanças nas relações entre familiares, ou na forma como estes familiares se relacionam. Considerando as interligações entre comida, tempo e rotina, discorro sobre as práticas alimentares de meus sujeitos de pesquisa a seguir.

## 2.1. “Comida brasileira”

Mostrei no capítulo anterior que os sujeitos de minha pesquisa não tinham grandes dificuldades em encontrar e preparar “comida brasileira” na Grande Boston. O grande número de restaurantes, mercados e padarias, além da oferta de alimentos brasileiros em supermercados norte-americanos, possibilita o que pode ser compreendido, através dos discursos de meus interlocutores, como uma manutenção das práticas alimentares que tinham no Brasil. Quando perguntados sobre o que comiam em Boston, eram unânimes em responder que era “comida brasileira”. A resposta sobre o que é esta “comida brasileira” não é, porém, homogênea, dada a grande heterogeneidade de meus sujeitos de pesquisa, de suas origens (são provenientes de diferentes Estados brasileiros e classes sociais) e trajetórias de vida. A “comida brasileira”, portanto, pode compreender tanto o arroz e feijão, consumido por um grande número de brasileiros (Barbosa 2007), como também macarrão, carnes assadas e ensopadas, e ainda pratos marcados por sua regionalidade, como feijão tropeiro e frango com quiabo.

Esta “comida brasileira” não é preparada exclusivamente com alimentos “brasileiros”, ou seja, os alimentos produzidos no Brasil. Na verdade, a maior parte de meus interlocutores afirmou fazer compras em

---

<sup>58</sup> O autor cita exemplos das diferentes dimensões que a noção de rotina pode tomar. Pode ser, de acordo com Slater, uma negação crítica da consciência dos agentes, uma técnica para transcender a falta de consciência de práticas diárias, ou ainda uma identificação de práticas normativas. (Slater 2009)

supermercados pertencentes a grandes cadeias norte-americanas. Estas compras são feitas semanalmente, pois a maioria dos imigrantes recebe seus salários por semana, e não por mês, como no Brasil. Como afirmei anteriormente, embora alguns de meus interlocutores comprem e consumam arroz brasileiro, a maior parte deles compra e prepara com mais frequência o arroz asiático. Segundo me explicaram, este é o mais consumido por ser “branco e soltinho”, semelhante ao brasileiro. Outro fator que leva ao consumo deste arroz é o preço inferior ao produto brasileiro. Já o feijão mais consumido é o da marca Goya,<sup>59</sup> que apresenta diversas variedades. Sonia, por exemplo, disse-me comprar um feijão Goya “que é igual ao carioquinha”, e outros interlocutores, como Andréa, compram o “feijão vermelho”, da mesma marca. A comida brasileira, preparada pelos imigrantes brasileiros na Grande Boston, assemelha-se aos “objetos compostos”, descritos por Ortiz (1994) como uma das características da mundialização da cultura, na qual os objetos são resultados de uma combinação de diferentes partes produzidas de forma dispersa pelo planeta.<sup>60</sup>

Diferentemente do arroz e do feijão, raros produtos, como o café, são comprados de marcas brasileiras. O café brasileiro *Pilão* é bastante consumido entre os interlocutores de minha pesquisa. No entanto, encontrei muitos brasileiros que consomem o café colombiano da marca *Bustelo*, que dizem ser “igual ao brasileiro”. Assim como o arroz asiático, este café também costuma ser vendido a preços menores que o café brasileiro, e pode ser comprado em alguns mercados brasileiros da região.

Se a maior parte das compras é feita em supermercados norte-americanos, nos mercados brasileiros são feitos os “picadinhos”, para utilizar uma expressão comum entre meus interlocutores. Nestes mercados, são comprados produtos que geralmente não são encontrados nos supermercados, como azeite de dendê, queijo mineiro, requeijão, doces mineiros em compotas, doce de leite, além de uma maior variedade de biscoitos e bolachas.

---

<sup>59</sup> *Goya* é uma empresa de alimentos – rotulados como latinos ou *hispanos* – criada pelo casal espanhol Dom Prudencio e Carolina Unanue em 1936 em Nova York, que inicialmente distribuía alimentos com rótulos em espanhol. Hoje a empresa é uma das maiores dos Estados Unidos, e produz e embla mais de 1500 produtos e marcas, entre arroz, feijão, condimentos, bebidas, entre outros.

<sup>60</sup> Segundo o autor, “Os objetos transformam-se em compostos resultados da combinação de pedaços dispersos aleatoriamente pelo planeta. Não há como definir sua origem. Como as unidades produtivas encontram-se interligadas, a ação final não possui nenhuma autonomia, elas só ganham sentido como acoplagem de parcelas distintas” (Ortiz 1994: 109).

A carne é talvez o alimento mais controverso entre meus interlocutores. Há uma unanimidade entre eles em afirmar que a carne brasileira é mais saborosa, ou “tem mais gosto”, usando uma expressão recorrente entre os brasileiros, que discutirei mais adiante. Como já afirmei anteriormente, muitos brasileiros disseram-me comprar carnes apenas em açougues brasileiros, por causa da diferença de corte entre os açougues brasileiros e norte-americanos. Alguns interlocutores, inclusive donos de restaurantes, explicaram-me que a carne vendida em Massachusetts é proveniente de outros estados norte-americanos, principalmente do meio-oeste do país, ou ainda de outros países como a Austrália. Uma das explicações para a “falta de sabor” é o congelamento da carne e a embalagem a vácuo, para facilitar o transporte. As carnes vendidas tanto nos açougues brasileiros quando nos supermercados e açougues norte-americanos apresentam, desta forma, a mesma origem, e apenas se diferenciam pelo corte.

Além destas diferenças de corte, há uma dificuldade, principalmente entre os brasileiros que não dominam o inglês, em compreender os nomes dados aos cortes de carne vendidos em supermercados ou açougues norte-americanos. Alguns brasileiros, como João, que fora açougueiro no Brasil e não tem muito conhecimento de inglês, afirmaram reconhecer os cortes devido a esta experiência prévia em açougues. Estes brasileiros que dominam inglês ou que tem um conhecimento sobre cortes de carne geralmente compram carne em supermercados e açougues norte-americanos, onde o preço é geralmente menor.

A maioria dos produtos comprados que servem como ingredientes para o preparo da “comida brasileira”, portanto, não são provenientes do Brasil. A relação estreita entre comida, identidade e território já fez autores afirmarem que a comida é um elemento de uma cultura mais resistente a transformações e, por esta razão, um dos últimos a se desnacionalizar (Cascardo 2003). Essas afirmações, no entanto, podem mascarar a mobilidade da comida, atrelando-a a um território fixo. Como aponta Gibson, o que é considerada uma comida inglesa é, na verdade, resultado de mobilidades complexas e contraditórias. Podemos estender esta afirmação à culinária brasileira, ou culinária praticada por brasileiros, pois as cozinhas não são limitadas por geografia ou nacionalidade (James 2003). Cada cozinha tem traços de mercado, viagens e tecnologia - então a comida é mais corretamente constitutiva de culturas globais do que locais (Mennell 1985, Mintz 1985). Cook e Craig, citados por Gibson (2007), apontam que as comidas não são apenas artefatos culturais localizados, mas também

deslocalizados (*dis-placed*). Gibson esclarece que este deslocamento não é um fenômeno recente, pois, como um objeto da cultura, sempre houve um movimento da comida do local onde foi produzida até chegar ao prato dos indivíduos.

Para serem comidos, os alimentos precisam se mover do lugar da produção para o espaço do consumo. Nas economias globalizadas, pós-coloniais e pós-industriais de hoje, a distância do campo até o garfo está crescendo à medida que as comidas são desterritorializadas com o aumento da industrialização e das tecnologias de transporte. Um exemplo é a jornada que as batatas fazem do campo para a fábrica, e depois a que as batatas enlatadas fazem do supermercado para a casa e, finalmente, para a boca. (Gibson 2007: 14; tradução minha)<sup>61</sup>

Ortiz também considera que processos de mundialização e a modernidade rompem as relações entre lugar e alimento. “Os alimentos descolam de suas territorialidades para serem distribuídos em escala mundial” (Ortiz 1994: 80). A mundialização não se sustenta apenas por avanços tecnológicos, mas também por objetos compartilhados em grande escala que acabam por constituir nossa paisagem. “As corporações transnacionais, com seus produtos mundializados e suas marcas facilmente identificáveis, balizam o espaço mundial. Biscoitos Nabisco, iogurte Danone, chocolate Nestlé, cerveja Budweiser, tênis Reebok mapeiam nossa familiaridade” (Ortiz 1994: 107). Deste modo, compreende-se que “comida brasileira” seja também preparada com alguns produtos que podem facilmente encontrados nos Estados Unidos por serem de marcas que já faziam parte do repertório de compras dos brasileiros antes do processo migratórios.

A “comida brasileira” é preparada, em sua maior parte, com ingredientes de “gosto” mais parecido ao do Brasil. Quando um produto não-brasileiro é comprado, recorrentemente é comparado ao brasileiro, e classificado como “igual ao do Brasil”. Nesta substituição de produtos, há um papel fundamental das interações entre as redes sociais. Através

---

<sup>61</sup> Tradução livre do original em inglês: “To be eaten, food needs to move from the site of production to the space of consumption. In today’s postindustrial, postcolonial, and globalized economies and cultures, the distance from field to fork is growing as foods are deterritorialized with the rise of industrialization and transportation technologies. An example is the journey the potatoes make from the field to the factory and then the canned potatoes make from the supermarket to the home and ultimately to the mouth.”

do contato destas redes, há uma troca de experiências entre os imigrantes, que recomendam ou não a compra de determinados alimentos de marcas específicas, e contribuem para que estes produtos façam parte do repertório de compra de outros sujeitos.

Não sendo feita exclusivamente com produtos brasileiros, a “comida brasileira” é geralmente associada à comida feita em casa, em oposição à comida pronta de restaurantes *fast food*, que são descritos pelos sujeitos de pesquisa como norte-americanos. Embora nem toda cadeia de *fast food* tenha se originado nos Estados Unidos, é muito comum entre os imigrantes brasileiros a descrição da comida norte-americana como a preparada e servida em cadeias como McDonald’s, Burger King e Dunking Donuts.<sup>62</sup> Neste sentido, é interessante a afirmação de Elias, que explica que a comida que prepara em sua casa “é bem brasileira”: “lá em casa é comida de panela. Lá em casa não tem *hamburger*, Burger King, Mcdonalds, nada disso.”

Esta comida caseira também é oposta à comida industrializada, como o feijão enlatado. Desta forma, a “comida brasileira” é a comida preparada em casa, para a família, como explica Mônica:

“Eu continuo o Brasil na minha cozinha. Nada muda. Às vezes nem feijão em lata eu gosto de comprar. Eu cozinho. Minha filha diz: mamãe, para. Mas eu não consigo. Final de semana ainda sai da rotina. Mas final de semana é normal. É café da manhã, almoço, quando chego do serviço ainda tem a janta.”

O feijão enlatado, geralmente da marca *Goya*, foi citado por alguns interlocutores como um de seus itens eventuais de compra. É interessante que, para ser consumido, este feijão era “abrasileirado” – ou seja, adicionavam-se temperos considerados “brasileiros”, como alho, cebola e outros condimentos. Desta maneira, este produto preparado de forma industrial ganhava “gosto” caseiro, assim como a comida preparada em casa.

Sugiro que “comida brasileira” está mais associada à domesticidade e à comida caseira, do que propriamente a noções de nacionalidade. Quando declaram que não mudaram suas práticas

---

<sup>62</sup> Autores contestam a influência unilateral dos *fast food* norte-americanos, e problematizam sua suposta “americanidade”. Warren Belasco (1987) mostra que as cadeias de *fast food* nos Estados Unidos, que se expandiram a partir dos anos 70, apresentaram um sincretismo cultural devido à variedade de comidas que vendiam, que ecoavam diferentes culturas alimentares, como *hamburgers*, pizzas, tacos mexicanos e *croissants*. Fischler (1992) também aponta que lojas de *croissants* cresceram nos Estados Unidos, país em que a pizza é bastante popular entre os jovens, na mesma medida em que os *hamburgers* se popularizaram em escala mundial.

alimentares e que continuam se alimentando de “comida brasileira”, mais do que afirmarem uma identidade brasileira, estes brasileiros estão procurando estabelecer e reforçar as relações mais significantes que têm com aqueles que permaneceram no Brasil. A comida caseira destes imigrantes é, segundo a maior parte de meus interlocutores, a comida que aprenderam a fazer com suas mães. Como declarou uma de minhas interlocutoras em Boston, que tinha a mãe no Brasil, “o nosso país é onde a nossa mãe está”.

Como afirma a antropóloga inglesa Diana Mata Codesal, a migração é também uma experiência corporal. Os imigrantes deixam para trás um ambiente sensorial, com cheiros e sabores. Por esta razão, a comida pode ser usada para compensar o sentimento de descontinuidade ou fragmentação que a migração traz às vidas das pessoas (Codesal 2010). Podemos ainda enfatizar que os imigrantes procuram consumir não apenas alimento, mas comida, tal como diferencia DaMatta. O alimento, segundo o autor, é algo universal e geral, ou nas palavras de DaMatta, “tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva”. Já a comida é marcada pelo prazer e comensalidade, e “ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa” (DaMatta, 1987a). Seguindo esta concepção, podemos pensar também a comida caseira a partir da perspectiva de DaMatta sobre a casa (em contraposição com a rua). A casa seria o lugar do reconhecimento, da hospitalidade, da recuperação, do repouso, ou ainda, como coloca o autor, “de tudo aquilo que define a nossa idéia de 'amor', 'carinho' e 'calor humano’”. A casa, ao contrário da rua, que é o lugar da impessoalidade e da ausência de vínculos, é marcada pelos laços de parentesco e de afinidade (DaMatta 1997). Assim, a comida caseira está associada ao conforto do lar e dos vínculos familiares.

A literatura antropológica enfatiza com recorrência as relações entre comida e parentesco. Klass Woortmann (1986), por exemplo, afirma que as refeições das famílias camponesas não são apenas um ato de comer, mas também um ato ritual que reproduz simbolicamente a hierarquia da família. Desde modo, através das refeições, as famílias alimentam não apenas seus corpos biológicos, mas também suas representações. Na etnologia indígena, as relações entre comida e parentesco também são evidenciadas. Aparecida Vilaça (2007) retrata, em seu estudo sobre os Wari’, que o parentesco e as relações são constantemente produzidos por atos da vida diária, como o comer. Partilhar a comida, entre outras práticas cotidianas, implica constituição de corpos semelhantes, o que caracteriza o parentesco consanguíneo. Neste sentido, as ações produzem os parentes, e não o inverso, com nas

sociedades euro-americanas. Podemos pensar, inspirando-nos na análise de Vilaça, que, ainda que não produza o parentesco, a comida consumida por migrantes em Boston reafirma vínculos sociais, especialmente os de parentesco, sendo utilizados para diminuir a distância geográfica que separam brasileiros nos Estados Unidos e no Brasil.

Esta comida “brasileira” pode ser entendida ainda em analogia com o movimento de mundialização analisado por Ortiz. Segundo o autor, este movimento percorre dois caminhos: primeiro da desterritorialização, que constitui um espaço abstrato e deslocalizado. Para existir, este espaço deve se “localizar”, preenchendo este vazio de sua abstração com “objetos mundializados”. Deste modo, o mundo passa a ser reconhecível (Ortiz 1994). De maneira semelhante, os imigrantes se desterritorializam, levando consigo seus hábitos e valores. Para se “localizarem”, adotam práticas transnacionais, produzindo sua comida a partir de produtos não-brasileiros. Assim, procuram recriar um ambiente sensorial familiar e lidar com as dificuldades da distância da terra natal e de seus vínculos sociais, e da nova e árdua rotina de trabalho.

## 2.2. “O *lunch* é lanche”

Quando perguntados se a alimentação tinha sofrido mudanças após a migração em relação à alimentação que tinham no Brasil, meus interlocutores afirmavam que não, e declaravam, na maior parte das vezes, que se alimentavam “como no Brasil”. Com grande recorrência, narravam a mudança em sua alimentação diária em relação a suas rotinas alimentares: no Brasil, almoçavam; agora, nos Estados Unidos, jantam. Frequentemente falavam que antes de migrarem tinham tempo para comer, o que não ocorre nos Estados Unidos.

Estas afirmações levam à reflexão sobre o que é considerado “almoço” para meus sujeitos de pesquisa. Em geral, o almoço é caracterizado pela *comida*, que seria arroz, feijão, macarrão, carne e saladas, sem que todos estes ingredientes tenham que estar necessariamente presentes, mas que devem ser consumidos quentes (refiro-me à temperatura). Neste sentido, é bastante ilustrativa a afirmação de meus interlocutores de que os norte-americanos não costumam almoçar: “o *lunch* deles é lanche”, explicando, deste modo, que comer um sanduíche não é sinônimo de almoço. Já Sonia afirmou

que americano “come qualquer coisa” no almoço: “Eles comem pão com *peanut butter*, mas eu gosto é de arroz”.

Já que não almoçam, a principal refeição do dia de meus interlocutores é a *janta*. Isto se deve principalmente à rotina de trabalho. Conheci um grupo de *housecleaners* que afirmou que, em suas rotinas diárias de limpezas de diversas casas, não tinham “tempo para comer”. Quando conversei pela primeira vez com Rosa, ela me contou que tinha passado o dia – das dez horas da manhã às cinco e meia da tarde – bebendo apenas água. Depois desta rotina, disse-me chegar em casa cansada com muita fome – assim, não tem vontade de cozinhar e “come tudo”.

Alguns brasileiros disseram-me preparar marmitas – levar comida pronta, geralmente preparada na noite anterior, para comer no horário do almoço (por volta de meio-dia) durante o trabalho. João, por exemplo, tinha um aparelho microondas dentro do carro para aquecer as marmitas no horário do almoço. Outras pessoas, porém, têm dificuldades em aquecer a comida. Pelo menos duas *housecleaners* contaram-me que não aqueciam comida nas casas de patroas norte-americanas porque a comida brasileira “dava cheiro”. Como aponta Hondagneu-Sotelo (2007) a respeito de domésticas latinas na Califórnia, a comida e as refeições simbolizam uma fronteira social entre as trabalhadoras imigrantes e as famílias para quem trabalham. A autora refere-se principalmente ao fato de muitas *housekeepers* não comerem junto com estas famílias no momento das refeições, pois o comer junto estaria relacionado a ser membro de uma família. De forma semelhante, Douglas e Isherwood expõe esta importância dos bens – o que inclui a comida – na interação entre os sujeitos: “Ao serem oferecidos, aceitos ou rejeitados, eles reforçam ou solapam as fronteiras existentes” (Douglas e Isherwood 2006: 120). Neste caso de algumas *housecleaners*, a comida continua estabelecendo esta fronteira, através de seu odor, que impedem as trabalhadoras de se alimentarem na casa dos patrões. O odor poderia ainda transpassar os limites das casas dos patrões – a rejeição da comida das empregadas, portanto, estabelece uma fronteira simbólica também com a vizinhança daqueles para quem trabalham.

Por outro lado, em alguns casos, são as *housecleaners* que se recusam a comer na casa dos patrões. Rosane contou-me que “tinha nojo” em se alimentar na casa de norte-americanos, por causa da sujeira. Observação similar foi realizada pela antropóloga Soraya Fleischer, em pesquisa com *housecleaners* brasileiras na Grande Boston. Fleischer afirma que suas interlocutoras descrevem os norte-americanos como

“sujo”, “porco”, “pouco caprichoso”, “mal cheiroso”, inclusive em relação à alimentação. Deste modo, noções de limpeza são utilizadas para marcar alteridade (Fleischer 2000).

Observei que a mudança na rotina alimentar de meus interlocutores é narrada em relação ao tempo ou à falta dele, marcado pelo trabalho. O tempo não é algo natural, mas produto de um processo social, como indicam Lefebvre e Regulier (1985). Estes autores consideram que a vida cotidiana se organiza sobre o tempo abstrato e quantitativo dos relógios. A vida cotidiana seria o resultado de uma interação de grandes ritmos cósmicos – como os dias e as noites, as estações do ano e ainda os ritmos biológicos – e os processos repetitivos relacionados ao tempo homogêneo (Lefebvre e Regulier 185). Este tempo foi introduzido pouco a pouco no Ocidente após a invenção dos relógios, ao longo de seu uso em práticas sociais. Este tempo – que os autores caracterizam como homogêneo e dessacralizado – fornece a medida do tempo do trabalho, e passa a ser o tempo da cotidianidade. Lefebvre e Regulier salientam que este tempo cotidiano subordina à organização do trabalho no espaço de outros aspectos do cotidiano, como as horas de dormir e de acordar, as distrações e o lazer, as relações dos adultos com as crianças, assim como as horas das refeições.

Há uma luta entre o tempo e o emprego do tempo. Assim como o espaço, o tempo se divide em parcelas, como trabalhos, distração, lazer. Não há, nas palavras dos autores, um tempo para todo fazer, mas cada fazer tem seu tempo. Estes fragmentos são hierarquizados, ficando o trabalho com uma grande parcela (Lefebvre e Regulier 1985: 192). Outros comportamentos são adquiridos através da repetição constante, em tempos regulares, que chega a organizar até mesmo o que está estreitamente relacionado ao biológico e fisiológico, como a fome. Lefebvre e Regulier dizem que se leva dez anos para treinar seu corpo para ficar com fome nos horários regulares das refeições (1985: 191).

Estes comportamentos adquiridos de acordo com uma certa divisão do tempo e os ritmos bem definidos deixam portanto a impressão de uma espontaneidade. Automatismos ou espontaneidade? Atribui-se a uma necessidade essencial aquilo que resulta de constrangimentos externos. Aquele que se levanta às seis da manhã por causa de seu trabalho talvez ainda tenha sono e vontade de dormir. Esta interação do

repetitivo e do rítmico não engendram mais ou menos rapidamente uma expropriação do corpo? <sup>63</sup>

Além do trabalho, outro fator que contribui para que a “janta” seja a principal refeição em família é o horário de funcionamento das escolas norte-americanas onde estudam os filhos dos imigrantes brasileiros. A maioria das aulas começa pela manhã, e os alunos são liberados apenas no meio da tarde, por volta das três horas. Durante este período, toda a alimentação é feita dentro do colégio. Geralmente, são vendidos lanches nas escolas, como sanduíches e pizzas. É possível também que os alunos levem marmita ou lanche de casa, porém estes nem sempre podem ser aquecidos. Lúcia, que trabalhava na mesma escola em que a filha estuda, falou-me que esquentava a marmita que levava para a filha comer durante o almoço, e enfrentava o estranhamento dos professores e funcionários da escola.

A alimentação de diversos adolescentes filhos de imigrantes brasileiros é motivo de conflitos nas famílias. Com a circulação destes jovens em espaços onde se concentram indivíduos norte-americanos e de outras nacionalidades, como as escolas, eles entram em contato com práticas alimentares que se desviam daquilo que é considerado saudável e correto pelos pais e familiares mais velhos, como pizzas, *hamburgeres* e outras comidas de *fast food*<sup>64</sup> (tratarei mais sobre estas práticas desviantes no tópico sobre moralidade da alimentação, ainda neste capítulo). Estas comidas estão associadas não apenas a práticas culturais do contexto em que os imigrantes vivem (e que não se restringem apenas a ele, pois podem ser encontrados nas cidades brasileiras), como também à sociabilidade destes jovens, que buscam se inserir na sociedade norte-americana. Esta inserção ocorre, muitas vezes, em

---

<sup>63</sup> Tradução minha do original em francês: “Ces comportements acquis selon un certain partage du temps et selon des rythmes bien définis laissent pourtant l'impression d'une spontanéité. Automatismes ou spontanéité? On attribue à un besoin essentiel ce qui résulte de contraintes externes. Tel qui se réveille à six heures du matin parce qu'il est ainsi rythmé par son travail a peut-être encore sommeil et besoin de dormir. Cette interaction du répétitif et du rythmique n'engendre-t-elle pas plus ou moins rapidement une dépossession du corps ? Cette dépossession a été déjà notée et soulignée bien des fois sans que l'on en ait saisi toutes les raisons”.

<sup>64</sup> O antropólogo espanhol Jesús Contreras afirma que o hábito alimentar típico dos adolescentes norte-americanos é baseado em hambúrguer, pizza, batata-frita e refrigerante. “A junk-food é um tipo de comida característica dos adolescentes norte americanos. ... Deve ser considerada dentro do contexto de uma experiência social que inclui música, ruído e companhia. Na medida em que, nas comidas estruturadas ou regulares, estes elementos estão ausentes, os teenagers entendem que a ‘experiência social’ está negada”. (Contreras 1992:11)

conflito com as práticas culturais e sociais dos pais, como as práticas alimentares, de quem tentam se diferenciar.<sup>65</sup>

O jantar é feito principalmente em casa, na presença de todos os membros das famílias, quando os imigrantes vivem com os familiares nos Estados Unidos. No entanto, alguns de meus sujeitos de pesquisa contaram-me que, em suas rotinas, é comum cada membro da família jantar em um horário diferente, devido às diferentes rotinas de trabalho. Nestes casos, um dos membros – geralmente as mães, mas também os pais e as avós – preparam o jantar, e cada um aquece o jantar no momento em que chega em casa.

Deste modo, por meio das observações feitas durante meu trabalho de campo com imigrantes, concordo com Murcott (1997) de que as refeições em família não podem ser generalizadas como coisas do passado. Embora não almoçem, os interlocutores de minha pesquisa procuravam estabelecer horários para a janta de forma que todos os integrantes da família estivessem presentes. Quando isto não era possível, ainda assim a janta era feita em casa, cada familiar comia em horário diferente em função de seu trabalho, mas a comida continuava sendo preparada por um membro da família – a maioria, mulheres e/ou mães. Assim, como Haukanes (2007) aponta, não se deve buscar apenas o que separa as famílias, mas aquilo que constitui sua relação na vida diária, os processos pelos quais as pessoas constroem relações. A autora mostra que, entre seus entrevistados na República Tcheca, comer em família durante a semana não parecia ser uma preocupação. A preparação da comida, ao contrário, era muito importante na rotina diária de mulheres, que era aceita como uma responsabilidade autoevidente. Desta forma, a comida preparada em casa, e não apenas o comer junto, fornece um meio para criar proximidade social e fortalecer os laços familiares e de parentesco.<sup>66</sup>

Estas refeições em casa estão geralmente associadas às famílias, e com menos recorrência às pessoas que vivem sozinhas ou dividem a casa com *roomates* sem grau de parentesco. Alguns homens atualmente

---

<sup>65</sup> Como mostra Garabua-Moussaoui (2001) em pesquisa realizada com jovens franceses (indivíduos de vinte a trinta anos de idade), a alimentação destes sujeitos é vista como desequilibrada e desregrada, e está relacionada a um estágio da vida em que os jovens procuram distanciar-se de seus pais. A autora sugere que esta alimentação considerada imprópria tem a função social de participar da construção de uma identidade geracional temporária em ruptura com a identidade dos pais dos jovens.

<sup>66</sup> De forma semelhante, Viegas (2007) mostra que a comida tem papel importante na produção do parentesco entre os Tupinambás. Segundo ela, a comensalidade não é importante, pois os momentos em que as pessoas se reúnem para uma refeição são raros, mas o compartilhamento de alimentos cozidos no mesmo fogo.

casados disseram-me que, quando chegaram a Boston, solteiros, enfrentaram dificuldades por não saberem cozinhar. Como indico mais adiante, alguns deles aprendem a cozinhar nos Estados Unidos. A maioria dos recém-chegados, no entanto, tem em comum a experiência de comer com mais frequência em *fast foods*, como McDonalds e Burger King. Neste sentido, os *fast foods* desempenham entre os imigrantes recém-chegados o mesmo papel apontado por Rial em relação aos turistas de diferentes nacionalidades. Segundo a autora, os *fast foods* são bastante freqüentados por estes por representarem uma sensação de familiaridade, por seus clientes saberem com antecedência o que podem esperar da cozinha. Nas palavras de Rial, estes espaços “são lugares, portanto, percebidos como ilhas de território conhecido em meio ao desconhecido, pontos de referência na trajetória itinerante criado pelo turismo em seu movimento de circulação” (Rial 1997: 156). Mas, além desta familiaridade, há também um fator econômico: durante minha estadia em Boston, houve promoções em algumas cadeias que vendiam *hamburgers* a um dólar.

De modo geral, esta experiência de comer fora está geralmente relacionada na literatura antropológica a um fator de distinção entre classes sociais, pois seria um sinal de refinamento e acúmulo de capital cultural (por exemplo, ver Warde e Martens 2000). No entanto, minha experiência com brasileiros em Boston mostrou que o comer em casa estava relacionado a um estabelecimento *na* e a um conhecimento *da* cidade. Para preparar a comida, é preciso saber onde comprar os alimentos, ter um conhecimento sobre os produtos que são vendidos nos supermercados norte-americanos, um saber-fazer das substituições de produtos brasileiros por outros encontrados por lá. Neste sentido, passar a comer em casa demonstra um capital acumulado através das experiências de circulação na cidade e de informações que circulam nas redes sociais.

A distinção entre classes sociais, porém, não pode ser descartada da experiência de comer fora. Comer em restaurantes norte-americanos, ou ainda restaurantes étnicos não-brasileiros, pode ser relacionado à posse de capital cultural, pois esta prática é geralmente feita por brasileiros que têm domínio de inglês, são provenientes de camadas médias no Brasil ou migraram para os Estados Unidos há pelo menos uma década e experienciaram ascensão social. Neste sentido, concordo com Warde (Warde et al. 1999: 124) que “a experiência das cozinhas estrangeiras é uma marca de refinamento, a posse dessa experiência está relacionada com a classe social”. Segundo Warde, essas

habilidades têm que ser adquiridas através da exposição a restaurantes e informações sobre “bom gosto” e “bom tom”.

Conhecer e apreciar diferentes culinárias pode fornecer aos sujeitos uma maior mobilidade entre restaurantes e culturas culinárias. A mobilidade, segundo Bauman (1999), indica uma nova polarização moderna (ou pós-moderna) das condições sociais que separam indivíduos na hierarquia social. O autor considera que a mobilidade é o valor mais cobiçado, sendo que a liberdade de movimentos torna-se “uma mercadoria sempre escassa e distribuída de forma desigual” (Bauman 1999: 08). Neste sentido, Bauman considera que a elite se torna cada vez mais global, enquanto o restante da população está mais localizada.

Ser local em um mundo globalizado é sinal de privação e degradação social. Os desconfortos da existência localizada compõem-se do fato de que, com os espaços públicos removidos para além do alcance da vida localizada, as localidades estão perdendo a capacidade de gerar e negociar sentidos e se tornam cada vez mais dependentes de ações que dão e interpretam sentidos, ações que elas não controlam – chega dos sonhos e consolos comunitaristas dos intelectuais globalizados (Bauman 1999: 08).

É neste sentido que Bauman expõe dois processos da globalização estreitamente relacionados que diferenciam as condições de vida dos sujeitos. Juntamente com os fluxos planetários – dos negócios, das finanças, do comércio e do fluxo de informação, há um processo ‘localizador’, de fixação no espaço” (Bauman 1999: 08).

O acúmulo deste tipo de capital cultural também pode ser associado à experiência de trabalho.<sup>67</sup> Muitos brasileiros trabalham como garçons e em diversas ocupações nas cozinhas de restaurantes na Grande Boston. Esta experiência fornece um conhecimento de diferentes culinárias, como me contou Elias, e estabelece formas de distinção com brasileiros que não possuem este capital:

---

<sup>67</sup> DeVault (1991), em pesquisa entre segmentos de classes de profissionais liberais e administrativos, mostrou que as famílias pesquisadas conversam com frequência sobre alimentos e suas qualidades. A autora conclui que o conhecimento para falar sobre restaurantes e alimentação é parte de capital cultural que está associado a atividades profissionais.

“É incrível quando eu vou aos restaurantes, que eu tenho que pedir a comida pras pessoas, porque as pessoas não conhecem. O que quer dizer isso? Quem não trabalhou em restaurante, não conhece e tal. (...) Como eu tenho um vasto conhecimento em restaurante, aí você come uma comida do leste europeu, uma comida francesa, uma comida americana mesmo... então é específico os lugares que você vai pra comer... Mas o brasileiro em geral, o mundo dele é esse. Ele não quer sair do arroz e feijão”.

De modo semelhante ao de Elias, José disse-me não ter problemas em reconhecer as comidas em restaurantes, pois já trabalhou em restaurante italiano. Devido a esta experiência, sabe reconhecer quando a comida está mal feita. Por isto, não gosta de ir a restaurantes quando é dia de muito movimento. Ele trabalhou na cozinha como ajudante de garçom. “Se é dia de muito *busy*, eles cozinham de qualquer forma. Tem uns que pode ir em dia de muito *busy*, porque não deixam a qualidade cair.” Deste modo, o mapeamento dos restaurantes e dos melhores momentos para frequentá-los é mais um conhecimento que se agrega ao capital cultural dos trabalhadores de restaurantes, e pode servir como elemento *de* e *para* distinção (Bourdieu 1979) entre os imigrantes.

Os brasileiros que trabalharam ou ainda trabalham em restaurantes, *fast foods* e outros estabelecimentos que vendem comidas, como pizzarias, contaram-me que fazem as refeições enquanto estão trabalhando nestes locais. Em geral, estes trabalhadores comem a comida que é preparada e/ou vendida lá. Além da possibilidade de comerem em intervalos curtos da jornada de trabalho, o fato de poderem se alimentar sem nenhum custo adicional é apontado como uma vantagem de se alimentar nestes estabelecimentos. Maria, por exemplo, vive nos Estados Unidos há pelo menos vinte anos, e trabalhou em diferentes restaurantes. Assim que chegou, trabalhou em um restaurante de comida árabe, de proprietários libaneses. Depois, foi garçomete de um restaurante italiano. Nestes dois trabalhos, costumava comer no trabalho. A estranheza inicial em comer uma comida desconhecida, como os salgados árabes, é compensada pelo acompanhamento de seu preparo: conhecendo os ingredientes e o modo como é feita estimula experimentar uma comida nova, e torná-la parte de seu repertório de consumo. Como mostrarei mais adiante neste capítulo, o trabalho em restaurantes também familiariza homens como a atividade de cozinhar, o que pode levar a mudanças na divisão de tarefas por gênero nas famílias.

Este comer em restaurantes em intervalos do trabalho não é, porém, apontado com recorrência como uma refeição. Desta forma, come-se nestes locais de trabalhos, mas não se almoça, ou janta, o que parece relacionar as refeições de almoço e jantar às práticas alimentares realizadas em casa, com comidas, em maior parte, caseiras, e, em muitos casos, com a presença de outros membros da família.

Entre meus interlocutores, era recorrente comer em restaurantes brasileiros nos finais de semana, especialmente aos domingos. Na maioria destes restaurantes, é servido o “espeto corrido”, com churrasco – nestes casos, os clientes pagam uma quantia para servirem-se à vontade do *buffet* (geralmente contendo arroz, feijão, feijão tropeiro, farofa e saladas) e ainda são servidos com carne assada em espetos nas mesas. O almoço de domingo, portanto, caracteriza-se por ser a refeição em que se come mais e melhor, recorrentemente apresenta carne assada, e é feita em família, conforme apontam diversos estudos antropológicos (ver Woortmann 1986). Esta presença de brasileiros em restaurantes nos finais de semana, principalmente aos domingos, também foi apontada pelos proprietários de restaurantes entrevistados, como informei no capítulo anterior.

Enquanto a maior parte de meus interlocutores afirma que sua alimentação não sofreu mudanças após a migração para a região de Boston, algumas mudanças, além da rotina alimentar, podem ser percebidas em suas práticas alimentares. Neste sentido, é importante atentar para as diferenças ou incoerências que constituem a relação entre discursos e práticas. Um dado interessante é que a maior parte das adoções de “alimentos americanos” são mais comuns nos cafés da manhã. Desta forma, brasileiros mostraram-se bastante familiarizados com produtos como *peanut butter* e outros cremes vendidos em supermercados norte-americanos. Na casa de Monica, que tem duas filhas casadas com norte-americanos, é comum tomar *breakfast* nos sábados. A comida é pedida em um *fast food* onde a filha trabalha. Segundo me contou, algumas vezes, a refeição é feita naquele local e, em outras, a comida é levada para casa. O pedido é individualizado: cada membro da família escolhe o que quer comer.

“A gente não muda [as práticas alimentares]. No sábado sim, a gente sai para tomar o café, o *breakfast* a gente faz fora. A gente come sim, mas é panqueca, essas coisas assim. Mas não é rotina. (...) Você escolhe lá no *menu* e cada um pede uma coisa. A gente começa o *breakfast* umas dez e meia, onze horas”.

Esta adoção do *breakfast* – nota-se que a palavra em inglês é utilizada na fala de minha entrevistada, marcando diferenças que também estão relacionadas aos alimentos que estão ingeridos – pode ser entendida dentro de uma hierarquia das refeições. Alguns estudos mostram que o café da manhã é percebido como uma refeição simbolicamente inferior se comparada a outras, como o almoço e, principalmente, no caso de meus interlocutores, o jantar (ver Douglas 1991).<sup>68</sup> Deste modo, por ser menos significativa simbolicamente, esta refeição estaria mais sujeita a alterações e mudanças. No caso de Monica e também de outros interlocutores, esta refeição nos sábados ou ainda em dias de folga (“dias de *off*”, conforme expressão utilizada pelos brasileiros) recorrentemente é feita onde um dos membros da família trabalha. Tomar café nestes lugares é um modo de transformar um local de trabalho em um local de consumo da família.

Mudanças alimentares também são feitas em relação ao tipo de trabalho que os imigrantes passam a desempenhar. Dois interlocutores disseram-me ter voltado a comer carne vermelha depois que migraram para os Estados Unidos, após anos de vegetarianismo ou da ausência de carne vermelha em sua alimentação. Esta mudança deveu-se às qualidades simbólicas associadas à carne – como força e resistência física – que deveriam ser apropriadas por estes sujeitos através do consumo, para auxiliá-los na jornada de trabalho que requeriam grande resistência física.<sup>69</sup> Graça, por exemplo, contou-me que contrariou seu próprio entendimento de alimentação saudável. Em sua entrevista,

---

<sup>68</sup> Para Douglas (1971), a comida é um código que expressa padrões de relações sociais. Como mensagem, a comida trataria de diferentes graus de hierarquia, inclusão e exclusão, fronteiras e cruzamentos entre fronteiras. Para a autora, as categorias de comidas codificariam eventos sociais, que apresentariam padrões, ao longo dos dias, das semanas e do ano. Neste sentido, o café-da-manhã aparece com significado simbólico inferior ao jantar entre as refeições diárias. No caso das refeições semanais, o almoço de domingo seria o de maior significado simbólico. Já entre os eventos anuais, a ceia de Natal poderia ser apontada com a mais importante simbolicamente.

<sup>69</sup> O consumo de carne, principalmente o de carne vermelha, também é bastante associado à masculinidade. Deste modo, acredita-se que os homens precisem comer carne vermelha, como apontam trabalhos de Bourdieu (1979), Fiddes (1991) e Barthes (1985), entre outros. Utilizando as noções de Mary Douglas sobre “símbolos naturais”, nas quais o corpo humano é considerado a metáfora mais acessível e natural para a expressão da experiência social, Fiddes (1991) sugere que o uso da carne como alimento reflete nossa categorização e nossas relações sobre a competição e recursos animais. Segundo o antropólogo, a característica mais importante da carne é que ela representa o controle humano sobre o mundo natural. Deste modo, o consumo da carne estaria associado ao poder e à supremacia. Para Fiddes, tanto o consumo de carne quanto o vegetarianismo apresentariam perspectivas ideológicas e políticas, pois refletiriam uma visão de mundo. A mudança destes hábitos alimentares, por outro lado, revelaria transformações em nossas percepções de mundo (Fiddes 1991).

percebemos que ela relaciona a rotina árdua de trabalho a uma degradação da alimentação.

“Eu cuidava muito da minha alimentação no Brasil. Quando eu cheguei aqui, na casa desse amigo meu, tinha carne e não sei o que... aí eu falei: ‘não como isso’. Aí ele falou assim: ‘como não come?’. ‘não como, não como carne vermelha’. Ele falou assim: ‘olha, você não vai agüentar morar aqui, quando você começar a trabalhar, se você não comer carne, você vai ficar fraca. Você tem que comer.’ E os vegetais? Eu comia vegetal cru lá no Brasil. Cenoura crua, beterraba crua, tudo cru. Quando não era crua, era cozida no vapor, bem pouquinho. Aí eu me lembro que a primeira vez que eu comi carne vermelha aqui, eu comi com tanto nojo...”

*Foi ele quem preparou?*

“Sim, ele e o marido dele ficaram em volta de mim: ‘come, você vai ficar fraca! (...) O primeiro bife que eu comi... nossa, sabe quando você se sente pecadora, que você está pecando, maculando o seu corpo, ta pecando contra o seu corpo, contra todas as coisas que você acredita? Aí eu voltei devagarzinho, comia aquilo meio a contragosto... quando dei por mim, já estava comendo, gostando, adorando, como todo mundo. E comendo aqueles *hamburgers* do Mcdonalds. No início, quando eu via eles comendo aquilo... eu comia outras coisas que não tinham aquela carne. Aí a primeira carne que eu comecei a comer aqui devagarzinho, bem devagarzinho, foi carne branca, carne de galinha. É um processo muito doido. A sua alimentação vai decaindo.”

Neste trecho da entrevista de Graça, vemos também que mudanças alimentares são também descritas como algo que contraria valores relacionados à alimentação correta e saudável. Este é um dos tópicos discutidos a seguir, que relaciona a comida à moralidade. Antes, porém, considero o local de trabalho como um lugar de encontro de diferenças, que podem ser expressas através da alimentação.

### **2.3. O que os “outros” comem**

*“O Outro é, antes de tudo, aquele que come diferente de mim.”  
Françoise Héritier-Augé (1985:61)*

Em meu trabalho de campo, estive em contato com diversas mulheres brasileiras que trabalhavam como *housecleaners* e

*housekeepers*. Concordo com Ribeiro (1998a) de que pesquisas com estas empregadas domésticas podem constituir uma importante via de leitura para compreender diferenças culturais entre brasileiros e norte-americanos, pois trata-se de um trabalho que implica “uma imersão no mundo privado”. Durante suas longas de rotinas de trabalho, a maior parte realizada em casas de famílias norte-americanas, muitas delas bastante abastadas, estas mulheres confrontam-se com diferenças no modo de vida, como as relações de gênero entre mulheres e homens (que abordarei ainda neste capítulo), e outras, como as práticas alimentares. É comum, portanto, que estas mulheres apresentem-se como conhecedoras do que comem e do que preferem comer os norte-americanos.<sup>70</sup> Percebe-se que o modo como descrevem estas diferenças está bastante relacionado a estereótipos mais generalizantes que tratam de modo depreciativo os grupos da sociedade hospedeira e outros grupos migrantes. Esta mesma descrição, em contrapartida, ressalta os aspectos positivos que os imigrantes destacam para descreverem a si mesmos, valorizando-se e distanciando-se dos demais grupos.

Como mostra Roberto Cardoso de Oliveira, a afirmação de um indivíduo ou grupo ocorre através da diferenciação em relação a outros indivíduos ou grupos com que se defronta. Neste sentido, a identidade étnica é contrastiva, ocorre por oposição e não se afirma isoladamente, pois “nega” a(s) outra(s) identidade(s). A identidade étnica, ainda segundo o autor, é contextual e engendrada através do contato interétnico. Este processo de identificação é marcado pelo etnocentrismo, que Cardoso de Oliveira define como uma incapacidade

---

<sup>70</sup> O grau de intimidade de uma *housecleaner* com a família para quem trabalha difere-se da proximidade estabelecida pela *housekeeper*. Esta relação já tinha sido mostrada por Simmel ao tratar sobre a formação de fronteiras sociais, que ilustra com os exemplos das diaristas e das empregadas domésticas: “O significado sociológico mais profundo de fronteira ou da não delimitação da pertença, entretanto, encontra-se no fato de que a certeza mais exata das relações, em último caso, lhe dá um caráter mais objetivo do que possui no primeiro. Recordo, por exemplo, de um espaço muito singular da diferença, na posição da empregada doméstica de encontro à “diarista”. As relações da oferta de serviço doméstico a “empregada doméstica” em relação à casa, tal como em relação às condições do patriarcado frente ao Estado são, não obstante, de natureza moderadamente orgânica, e seus desempenhos seguem a mudança de acontecimentos domésticos, e tendem, embora em fraco grau, a participar do ambiente e dos destinos da casa - porque, dentro dela, se incumbe das funções e, certamente, nenhuma delimitação precisa ocorre. A diarista, em contrapartida, é alugada para serviços que são limitados, precisamente após a delimitação do serviço e do número de horas; por conseguinte, a sua relação com a casa tem um caráter completamente exato, para além do processo de vida da casa, e não tem, igualmente, o compromisso subjetivo-pessoal da empregada doméstica para a casa, mas, somente, os deveres objetivos, de um total predeterminado de direitos e do relacionamento existente das obrigações que dizem respeito ao contrato”. (Simmel 2010: 374-375)

universal da ideologia étnica de se relativizar, ou ainda: “é a virtual incapacidade da identidade étnica produzir uma visão ou um ‘retrato’ da outra [identidade] que lhe é complementar, sem se valer de critérios absolutos, compatíveis com suas representações e abrigados em sua ideologia étnica” (1976: 47). Assim, os contrastes que definem estas identidades ocorrem por meio de discriminações e generalizações dos “outros” (Oliveira 1976).<sup>71</sup>

Deste modo, os norte-americanos, frequentemente caracterizados pelos brasileiros como preguiçosos e que “não querem trabalhar”, são descritos como indivíduos que não cozinham e que só se alimentam de “comida pronta” e *fast food*. A *housekeeper* Karen foi uma de minhas interlocutoras que afirmou que “os americanos não cozinham”, e que os filhos de seus patrões “só comem besteira”, como batata frita.<sup>72</sup> Hondagneu-Sotelo (2007) mostra que a comida, entre *housekeepers* latinas, captura a essência de como as trabalhadoras imigrantes se sentem a respeito de seus trabalhos e a relação que estabelecem com as famílias de seus patrões. Deste modo, a comida pode estabelecer tanto fronteiras de exclusão como de inclusão, marcando o grau em que as famílias reconhecem as imigrantes como seres humanos que têm necessidades humanas básicas. Como observei no relato das *housekeepers* e *nannies* com quem conversei,<sup>73</sup> as poucas que cozinham para as famílias falam desta atividade com orgulho, destacando o quanto os norte-americanos apreciam a comida que

---

<sup>71</sup> Para Michael Taussig (1993), toda construção de alteridade é preconceituosa. Segundo o autor, há uma construção do “outro” de forma a neutralizar esta alteridade. Deste modo, ao imprimir significado ao “outro”, elimina-se a resistência que estes sujeitos podem representar. O preconceito não apenas traz a lembrança de alguém, como também torna este sujeito disponível em seu próprio corpo a partir da imagem de outro indivíduo, pois a imaginação ocorre em todo o corpo, não sendo somente um ato de pensamento. O preconceito, ainda segundo o autor, estaria implícito na idéia de “outro” (que pode ser moral, estética, corporal, sexual, cultural, entre outras). Quando isto significa uma atitude diferencial ou uma “distinção” dos “outros”, passa a haver uma discriminação.

<sup>72</sup> Estas mesmas observações são feitas por Hondagneu-Sotelo (2007: 33) sobre comentários de domésticas latinas a respeito das práticas alimentares de seus patrões na Califórnia. Segundo a autora, as imigrantes consideram que as comidas consumidas pelas famílias para quem trabalham não são nutritivas nem saborosas, já que estão acostumadas a se alimentarem de arroz, feijão, carne e vegetais frescos.

<sup>73</sup> Fleischer afirma que as *housecleaners* brasileiras em Boston diferenciam seu trabalho daquele feito por *baby-sitters*, e percebem que os empregadores norte-americanos são mais exigentes na escolha destas babás. Estes preferem as migrantes européias brancas e exigem mais habilidade e experiência, além de cadastramento em agências especializadas. Já as *housecleaners* seriam mais dispensáveis e disponíveis, pois sua individualidade e competência importariam menos, o que implica uma desvalorização de seu trabalho em relação ao das *baby-sitters*. (Fleischer 2000)

preparam. A maioria delas, no entanto, não é requisitada a cozinhar. Esta atividade, quando realizada, é geralmente em casas de famílias que apresentam filhos.

Concordo com Hondagneu-Sotelo (2007) de que as *housekeepers* apresentam sentimentos contraditórios a respeito de seu cuidado com as crianças – as brasileiras com quem conversei, assim como as domésticas latinas pesquisadas por Hondagneu-Sotelo, demonstram tanto frustrações como satisfação neste trabalho. Estas imigrantes entram em contato com formas diferentes de criar os filhos, que comparam com o seu próprio, destacando tanto os aspectos positivos quanto o que consideram negativos. Entre as brasileiras, havia uma crítica constante da forma como os norte-americanos eram criados desde muito pequenos para serem independentes dos pais – em seus entendimentos, isto impedia que estes filhos agissem como crianças. Como exemplos, eram citados os fatos de aprenderem a se alimentar com garfo e faca e tomarem bebidas em copos desde bebês. Ao mesmo tempo, algumas brasileiras admiravam este tipo de criação dos filhos e elogiavam a “educação” e “bons modos” dos filhos de norte-americanos.<sup>74</sup>

Durkheim (1984: 110) foi um dos primeiros autores a tratar sobre a importância da educação na infância com o objetivo de “inscrever” em sua “subjetividade” os “três elementos da moralidade”, que seriam o espírito de disciplina (“graças ao qual a criança adquire o gosto da vida regular, repetitiva, e o gosto da obediência à autoridade”), o espírito de abnegação (“adquirindo o gosto de sacrificar-se aos ideais coletivos”) e a autonomia da vontade (“sinônimo de submissão esclarecida”). A clássica obra de Ariès (1991) mostra que a infância deve ser pensada de forma a desnaturalizá-la, pois trata-se de uma construção social da modernidade, que foi sendo formando a partir do século XIII, com o aumento progressivo da distância que separa as crianças dos adultos. Enquanto na Idade Média, na França, as crianças faziam parte do mundo do trabalho desde pequenos, quando tinham capacidade física, na Idade Moderna, maneiras adequadas, assim como roupas, brincadeiras e outras atividades específicas, como a escola, passaram a separar de forma mais radical as crianças dos adultos. Norbert Elias (1990) propõe que, em tempos medievais, os adultos

---

<sup>74</sup> Ribeiro (1998) cita que uma imigrante que trabalhou *live-in* durante meses disse haver deixado seu emprego, que consistia sobretudo em tomar conta de duas crianças, por não poder “aguentar” a forma como as crianças eram educadas, a comida da casa e as relações “frias” no cotidiano. Por outro lado, elogiava, como muitos outros emigrantes, o respeito e a confiança dispensada pelos empregadores americanos: “eles nos tratam como gente”.

tinham atitudes mais espontâneas, pois havia menor controle sobre a expressão das emoções, assim como as crianças. A modernidade, segundo Elias, teria aumentado a distância entre adultos e crianças, impondo aos primeiros maior independência, maturidade psicológica e noções de direitos e deveres de cidadania, enquanto os segundos seriam considerados seres em uma fase de maior dependência. Nas falas das *housecleaners* e outras migrantes sobre as crianças brasileiras e norte-americanas, percebemos que as percepções sobre o que seria de competência de uma criança – comer ou não com garfo, por exemplo – varia não apenas no tempo, como mostram Ariès e Elias, mas também culturalmente, contrapondo diferentes formas de criação e educação das crianças.

Observa-se que há, principalmente na relação entre *housekeepers* e patrões, uma ambigüidade afetiva, que a antropóloga Jurema Brites destacou entre domésticas do Espírito Santo e as famílias que as contratam. Segundo Brites (2007), há uma forte carga de afetividade na convivência entre as trabalhadoras domésticas e seus empregadores. Em relação às *housekeepers* brasileiras na Grande Boston, esta afetividade aparece mais relacionada no contato com as crianças do que propriamente com os patrões. Enquanto Brites destaca que esta afetividade auxilia a manter e reforçar um sistema hierárquico, as *housekeepers* brasileiras, comparando-se com as domésticas e diaristas no Brasil, dizem experienciar relações sociais mais horizontalizadas com seus patrões (ver Fleischer 2000).<sup>75</sup>

Alimentar os filhos dos patrões é parte do trabalho de muitas *nannies* e *housekeepers*. Hondagneu-Sotelo afirma que as domésticas

---

<sup>75</sup> Brites (2007) destaca que as tarefas domésticas e de cuidado em famílias de camadas médias no Brasil é realizada, na maior parte das vezes, por empregadas domésticas pobres, e que suas formas de remuneração e de relacionamento com os patrões reproduzem um sistema hierárquico estratificado de gênero, classe e cor. Nos Estados Unidos, como percebe Fleischer (2000), este trabalho em famílias mais abastadas é realizado por migrantes, geralmente latinas, que os norte-americanos não diferenciam. Por isso, as *housecleaners* brasileiras acabam sendo confundidas com *hispanics*, de quem tentam se diferenciar, afirmando serem mais limpas, ordeiras, trabalhadoras e escolarizadas. Tanto as trabalhadoras pesquisadas por Brites quanto as retratadas por Fleischer vêm vantagens e desvantagens no trabalho que realizam. Segundo Brites (2007), as empregadas do Espírito Santo encontravam benefícios na informalidade do trabalho, aquilo que os pesquisadores consideram como “as raízes da subordinação que o serviço doméstico acarreta”, que seriam as relações personalistas e clientelistas estruturadas na organização da família patriarcal. Já Fleischer destaca que, para as *housecleaners*, os objetivos da migração fazem um bom rendimento financeiro compensar o baixo *status* de seu trabalho. As *housecleaners* compararam-se frequentemente com as empregadas brasileiras, afirmando serem mais autônomas, respeitadas e melhor remuneradas; tratam a empregadora como cliente, e não patroa e consideram que tem uma maior flexibilidade e facilidades (com novas tecnologias e produtos) no trabalho, entre outros (Fleischer 2000).

latinas são bastante preocupadas com o que as crianças comem e não comem, e têm prazer e satisfação em levar-lhes comidas que preparam em suas próprias casas, como doces, ou mesmo frutas, como manga. Entre as brasileiras, muitas declararam que os filhos dos patrões passaram a conhecer certos alimentos por suas influências. Karen, por exemplo, contou-me que um dos filhos da patroa passou a comer frutas porque ela levava e a comer a marmita de seu almoço, com feijão, arroz e angu. Há, além desta apresentação de novos alimentos e práticas alimentares, uma forma de ensinar os filhos das patroas a se alimentarem de comidas que consideram mais adequadas e saudáveis para uma criança. Karen relatou que ensinou os filhos da patroa a comerem frutas não dando a eles nenhuma outra comida, deixando-os com fome. Um comentário semelhante foi feito por outra *housekeeper*, que me disse ter deixado o filho de sua patroa sem comer porque ele se recusava a experimentar a comida preparada por ela.

Além deste conhecimento das práticas alimentares de norte-americanos, que meus interlocutores não diferenciam em termos de origem étnicas nem camada social, como afirmei anteriormente, enquanto trabalham, muitos brasileiros entram em contato com diferenças de práticas alimentares de sujeitos de outras origens étnicas. Entre meus interlocutores, havia muitos que já tinham trabalhado em restaurantes e pizzarias cujos proprietários eram turcos, libaneses ou árabes. Em suas rotinas de trabalho, aprendem não apenas como se prepara – embora nem sempre trabalhem diretamente com o preparo – como também experimentam estas comidas “dos outros”. O fato de acompanharem seu preparo e saberem quais são os ingredientes utilizados certamente influencia na experimentação desta comida, pois aquilo que é desconhecido é geralmente considerado duvidoso. Porém, em outros casos, por estarem em contato com o preparo de certos alimentos, os brasileiros diziam-me evitar consumi-los. É o caso de Paulo, que trabalhava em uma cozinha de uma rede de *fast foods*. Ele disse-me não comer nenhuma comida lá preparada com ovos, pois estes não eram frescos, já que eram pré-preparados com antecedência na cozinha industrial da rede.

Concordo com a observação da antropóloga Soraya Fleischer (2000) de que os brasileiros, do mesmo modo que os norte-americanos, não distinguem - e também não se interessam em distinguir as variadas nacionalidades de migrantes. Enquanto os norte-americanos tratam uma grande variedade de imigrantes latino-americanos de língua espanhola de *hispanic* ou *latin americans*, os brasileiros usam o rótulo de *hispanos*. Em relação à comida dos *hispanos*, os brasileiros têm opiniões diversas.

Alguns acreditam que tem alimentação parecida à dos brasileiros, por utilizarem o arroz e feijão. Já outros destacam as diferenças dos temperos utilizados e o fato do feijão *hispano* ser “doce”. Em geral, a aceitação da comida *hispana* varia de acordo com o relacionamento – mais próximo ou mais distante – que os brasileiros estabelecem com estes outros imigrantes. Sonia, por exemplo, contou-me que só gosta do *tamales* (prato típico de algumas populações latino-americanas, como os mexicanos, feito com massa cozida recheada com carne, vegetais e pimenta) preparado pela vizinha *hispana* que é sua amiga: “o que ela prepara não tem cheiro forte”. Já Graça, que não esconde sua aversão por imigrantes *hispanos*, considera a comida deles “totalmente diferente” da preparada por brasileiros, e não aprecia o que eles comem.

A única diferença que alguns de meus interlocutores fazem entre as populações de língua espanhola é a dos colombianos. Segundo eles, a comida colombiana é saborosa e muito parecida com a brasileira. Estes brasileiros costumam freqüentar restaurantes colombianos e pedir um “prato feito”, que, conforme afirmaram, “não poderia ser mais brasileiro”: trata-se de um prato com porções de arroz, feijão, carne, ovo frito e banana frita. Por consumirem esta comida que identificam como próxima de suas práticas alimentares, classificadas como “brasileiras”, meus interlocutores não atribuem o rótulo homogeneizante de *hispanos* aos colombianos e sua comida, identificando-os como grupo distinto.

A comida não serve apenas como um fator de conhecimento e distinção de sujeitos de outras origens étnicas. Dada a heterogeneidade da população brasileira nos Estados Unidos, particularmente em Boston, estes imigrantes entram em contato com outros brasileiros, especialmente nos locais de trabalho. Alguns deles levam comidas ao trabalho, como marmitas com refeições para o almoço, ou lanches, como salgados e doces. Em alguns destes momentos, estas comidas são compartilhadas, o que, através deste conhecimento da comida do “outro”, ajuda a estreitar os laços entre estes brasileiros. Assim, os brasileiros, um grupo heterogêneo que passa a ser identificado como grupo étnico no exterior, conhecem também “outros” brasileiros, de diferentes contextos sociais. Enquanto algumas comidas regionais são englobadas como comida nacional, como mostrei no Capítulo 1, no contato entre brasileiros a regionalidade de algumas comidas e modos de preparo passam a ser conhecidos e valorizados como elemento diferenciador. Deste modo, brasileiros que não conheciam jiló ou temperos como coentro, por exemplo, experimentam comidas preparadas com estes ingredientes, formando um conhecimento sobre outras comidas e práticas alimentares.

Mary Douglas e Baron Isherwood mostram como os bens são utilizados para marcar, estabelecendo categorias de classificação. Deste modo, não apenas o consumo físico dos bens ganha importância, pois há um “compartilhamento de nomes”. Assim, entendemos que provar a comida é mais do que a ingestão de um alimento – é a apreensão de um sistema de classificação.

A prova de um pudim é comê-lo. Se ninguém nunca comesse a comida ou fosse à partida de futebol, não haveria maneira de julgar uma opinião como mais verdadeira do que a outra. O consumo físico permite a prova, o teste ou a demonstração de que a experiência em questão é viável. Mas o argumento antropológico insiste em que, de longe, a maior utilidade não está na prova, mas no compartilhamento dos nomes que foram aprendidos e classificados. (Douglas e Isherwood 2006: 125).

Ponto que este compartilhamento de nomes viabiliza o conhecimento do(s) “outro(s)” e a interação dos imigrantes com estes sujeitos de diferentes culturas e etnias.

#### **2.4. A moralidade da comida**

Em minha pesquisa de campo, ouvi, inúmeras vezes, muitas acusações e exposições depreciativas em relação ao comportamento alimentar de “outros” brasileiros. As mais frequentes eram de que há brasileiros que “economizam na comida” e, deste modo, “não se preocupam com a saúde”. Estes “outros” brasileiros, segundo me disseram, “comem em *fast food*” para economizar e por falta de tempo. Outra acusação que ouvi com frequência foi a de que certos brasileiros, por causa da árdua rotina de trabalho, teriam adquirido hábitos americanos que seriam sinais de degeneração das práticas alimentares, como o “comer no carro”. Percebo, portanto, que o ato de comer está impregnado de moralidade. Quando ingerimos alimentos e elaboramos discursos sobre nossas práticas alimentares e as práticas alimentares de outros sujeitos, revelamos noções sobre valores – o que é bom e ruim, o que é positivado e o que é passível de reprovações.

Entendo aqui moralidade, seguindo Roberto Cardoso de Oliveira (1996), como “um dos valores mais importantes de uma cultura” e que é “constitutivo de qualquer sociedade”. A moralidade nos remeteria, de acordo com o autor, para a questão “do que é bom para todos” e “envolve o bem viver”. Cardoso de Oliveira aponta a etnicidade como instância empírica privilegiada para a observação dos fatos morais e éticos. Seguindo esta perspectiva, entendo aqui moralidade como um entendimento do que é significado como admirável ou desejável nas práticas de meus sujeitos de pesquisa e, por outro lado, do que é passível de ser reprovável em seus comportamentos e no comportamento de “outros” sujeitos em relação a suas práticas alimentares.

É importante salientar que, para Simmel (1983), a moralidade é uma norma, assim como o costume e o direito. Estas três formam um *continuum*, sendo que o direito e a moralidade são os pólos e entre estes dois extremos há o costume. No entendimento de Simmel, a moralidade surge do comportamento do indivíduo em relação a outros indivíduos. Em outras palavras, é um comportamento ideal, que depende da consciência dos indivíduos, e que se desenvolve quando este se depara com outros. É, deste modo, um padrão de conduta que o indivíduo impõe a si mesmo na sua relação com outros.<sup>76</sup> Simmel também aponta que a moralidade pessoal é desenvolvida através deste convívio com outros sujeitos, e com o reconhecimento e confronto com as qualidades ou comportamentos que são depreciativos e devem ser controlados.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Diferentemente da moralidade, segundo Simmel, a lei ou o direito formam as condições fundamentais para a coesão e manutenção do grupo social. Já os costumes são mais antigos que as leis, e constituíam as únicas normas de conduta em períodos anteriores aos das normas diferenciadas. Com a multiplicação dos indivíduos nas sociedades, as normas passaram a se diferenciar, e os costumes começaram a ter papel importante, assim como o direito e a moralidade, principalmente quando estes últimos não eram suficientes para assegurar a coesão social. Ainda de acordo com Simmel, os costumes não podem ser controlados por toda a sociedade, pois se diferem em relação aos diversos segmentos sociais. Deste modo, moralidade, costume e direito apresentam diferentes funções e alcances na sociedade. O direito age com normas que visam unir os indivíduos através de uma mesma ordem jurídica. Os costumes constituem normas comuns a pequenos grupos e segmentos sociais, e são fundamentais para manter a ordem e a coesão onde ainda não há leis. Por fim, a moralidade está relacionada a normas de conduta que regem a relação entre os indivíduos, e partem da própria vontade ou imposição individual (Simmel 1983).

<sup>77</sup> Simmel afirma que: “A sedutibilidade e a corruptibilidade, o pecado e a culpa, se situam no outro pólo da escala moral, que de forma alguma se conecta, em transição fácil, com o bom e o puro; e, no entanto, a superioridade moral mais destacada está condicionada diretamente por aquelas obscuridades e profundezas de nossa existência. Quem poderia falar de mérito moral, sem fazer o contraponto com a luta contra a tentação - situação que a tradição legendária não poupou nem aos santos -, sem o enfrentamento com as fraquezas, a sensualidade, o egoísmo?”

Miller lembra que a moralidade está presente em práticas de consumo. Em um artigo, o autor aponta os princípios moralistas nos quais estão ancoradas as teorias sobre consumo. Seriam estes princípios: o consumo é capitalista, materialista e incompatível com o ambientalismo. Para Miller, as teorias “contaminadas” por este moralismo estariam impedidas de considerar outros aspectos que dão sentido às práticas do consumo, e as experiências vividas pelos atores sociais, reforçando a visão moral dos próprios pesquisadores. Destas, o principal alvo de Miller é o materialismo. Para o autor, não há humanidade sem mundo material; por isso, adota uma visão dialética: a humanidade e as relações sociais só se desenvolvem por meio da objetificação. Segundo Miller, toda crítica ao materialismo decorre de um desejo de erradicar a pobreza.<sup>78</sup> O autor afirma ser contrário às noções de (in)autenticidade atribuídas ao consumo, e sugere que o consumo pode ser usado para realçar a afeição pelas pessoas, ao invés de diminuí-la, recusando as suposições de que o consumo é uma prática anti-social. Miller também rejeita as afirmações de que o consumo é alienante. Segundo ele, o consumo pode ser uma ferramenta que as pessoas utilizam para combater a alienação e negar o capitalismo em seu cotidiano. O autor também sugere que muitos estudiosos fazem uma leitura errônea da obra de Marx, que afirmava que o problema do proletariado era que as pessoas tinham sido separadas das coisas, e reconhecia a importância da cultura material nas relações sociais (Miller 2004).

---

Com efeito, que haja mais júbilo no céu por um único pecador arrependido do que por dez justos expressa apenas a estrutura interna na qual o negativo não é apenas uma mera sombra sobre nossos valores, não é uma outra tendência, cujo significado seria pura e simplesmente afastar-se de nossos valores. Pois o seu contrário se desenvolve a partir dele mesmo como se nascesse de uma energia positiva. Apenas as trevas e o mal, como se virassem ao contrário, podem produzir o mais luminoso e o mais valioso, capaz de chegar até nós” (Simmel 2004: 165).

<sup>78</sup> Segundo Miller, é inaceitável que os estudos de consumo “sejam reduzidos a uma expressão da culpa e das ansiedades dessas pessoas. O que isso indica é uma moralidade totalmente diferente, uma ética baseada em um desejo veemente de erradicar a pobreza. Vivemos numa época em que a maior parte do sofrimento humano é resultado direto da falta de bens materiais. A maior parte da humanidade precisa desesperadamente de mais consumo, mais remédios, mais moradias, mais transporte, mais livros, mais computadores. Eu me consideraria um hipócrita se visse a aspiração de qualquer outra pessoa a um nível de consumo semelhante ao que desfruto com minha família como algo acima do razoável. Jamais encontrei – e quero dizer jamais realmente – um acadêmico empreendendo uma pesquisa sobre o tema do consumo que parecesse praticar em sua própria família tal nível de consumo substancialmente baixo. Assim, numa época em que mais da metade do mundo não possui bens de primeira necessidade, acho difícil respeitar uma abordagem do consumo cuja única consideração seja a superfluidade das mercadorias”. (Miller 2004: 24)

Assim como o materialismo e o capitalismo, os discursos de americanização referentes ao consumo são denunciados por Miller por atribuírem toda cultura de consumo, e sua autenticidade, à sociedade americana.<sup>79</sup> Para o autor, estes discursos desconsideram a participação de outros países e culturas na formação da cultura moderna,<sup>80</sup> e focam nos seguintes aspectos:

Primeiro, a perda do que consideramos uma cultura autêntica, que deduzimos ser aquela que caracterizava historicamente as pessoas dessa região específica. Somos da opinião de que esta cultura autêntica foi substituída pelo que consideramos como uma cultura inautêntica que não pode ser um verdadeiro meio de expressão para as pessoas da região como a cultura material substituída era capaz de sê-lo. Em segundo lugar, enfocamos as evidências de mercantilização e do que vemos como o surgimento de materialismo, hedonismo e individualismo, todos por nós associados com a mesma substituição da cultura material autêntica pela inautêntica. Em terceiro lugar, enfocamos as evidências de globalização e de incorporação dessas pessoas no capitalismo de mercado global. Em quarto lugar, chamamos a atenção para o desenvolvimento de distinções de classe e de *status*, e para outras diferenças no interior dessa sociedade tal como expressas pelos padrões de consumo. Finalmente, concluímos que a combinação de todos estes fatores comprova a contínua expansão da americanização, acreditando que contribuímos para a crítica a esse processo (Miller 2004: 35).

---

<sup>79</sup> Fischler (1995) também relativiza a idéia de americanização dos hábitos alimentares e as noções de que os *fast foods* estariam exclusivamente associados aos Estados Unidos. Segundo o autor, assim como o *hamburger* passou a ser consumido em mercados de todo o mundo, houve também um aumento do número de estabelecimentos que vendem croissant. Além disso, pizzas são um dos pratos preferidos pelos jovens no país. Na década de 70, o aumento do número de cadeias de *fast food* esteve ancorado na proliferação de diferentes tradições culturais alimentares, como *pizza*, *croissant* e *hamburgers*. Para o autor, não há exatamente uma “americanização” dos hábitos alimentares, que se espalha de forma imperialista, mas um processo de expansão da modernidade (Belasco 1987).

<sup>80</sup> Além disso, Miller afirma ser simpático aos discursos ambientalistas, mas destaca que este não deve negar a necessidade dos bens de consumo. O autor diz que o bem-estar humano deve ser a meta de toda política.

Barbosa (2006) também ressalta que o consumo implica uma economia moral. As sociedades contemporâneas, cujas raízes são puritanas, legitimam o consumo de “necessidade” e criticam o consumo considerado “supérfluo”, aplicando uma distinção entre o que deve ser consumido por cada camada social. Bourdieu retrata estas diferenças através das noções “gosto de necessidade” e “gosto de luxo”. Segundo o autor, o primeiro estaria relacionado à satisfação das necessidades do indivíduo – no caso do consumo alimentar, à saciedade. Já o segundo representaria o consumo de alimentos e outros produtos que estariam simbolicamente relacionados às classes dominantes, pois conferem *status* social (Bourdieu 1979, 1983). Para Barbosa (2006), estas diferenciações entre o que é “necessidade básica” e o que é supérfluo estão apoiadas em critérios culturais e já foi desenvolvido em teorias científicas,<sup>81</sup> criando critérios e justificativas para o que, quando e por que os indivíduos devem consumir determinados produtos. As necessidades básicas são consideradas legítimas e, portanto, isentas de culpa, pois adquirem justificativas morais.

É interessante perceber que esta moralidade que estaria por trás de muitos estudos e práticas de consumo, negando-o como prática social carregada de valores e significados, também aparece nos discursos de meus sujeitos de pesquisa. Muitos deles revelaram terem se tornado “consumistas” nos Estados Unidos, devido ao aumento de seu poder aquisitivo e de seu poder de compra. Produtos que pareciam inacessíveis no Brasil por causa de suas limitações financeiras e do alto preço, passaram a ser comprados depois que migraram para Boston, como roupas, tênis, cosméticos, perfumes e aparelhos eletrônicos.

Esta moralidade apresenta recortes de gênero. Ainda que alguns homens tenham me dito terem passado a consumir mais nos Estados Unidos – como João, que me revelou em entrevista comprar com frequência camisas e outras roupas em promoção todas as vezes que ia aos *malls* – as mulheres são mais acusadas de serem consumistas e de terem passado a comprar em maior quantidade após a migração. Meus interlocutores recorrentemente apontavam que o fato de as mulheres receberem maiores pagamentos do que recebiam no Brasil, aliado aos preços acessíveis de produtos, como roupas e cosméticos, contribuiriam para que elas se tornassem mais consumistas.

No entanto, quando se referem ao consumo de comida, há um discurso moral no sentido inverso – ao invés das críticas se voltarem

---

<sup>81</sup> É o caso da pirâmide de necessidades de Maslow, utilizada em cursos de Administração, Marketing e Psicologia (Barbosa 2006: 36).

para o fato de gastarem ou consumirem demais, meus interlocutores criticavam de forma negativa aqueles “outros” que “economizavam na comida”. Estes brasileiros consumiriam alimentos de pior qualidade e menor preço para guardar mais dinheiro e realizar seus projetos migratórios, como as remessas de dinheiro para a família e a compra de bens no Brasil. Dentre estas práticas condenáveis por meus interlocutores, estão a alimentação em *fast foods*, como *hamburgers*, que podem ser comprados por poucos dólares.<sup>82</sup>

Enquanto o consumo excessivo de produtos em geral apresenta uma inflexão de gênero, a economia da comida representa uma inflexão de classe.<sup>83</sup> São relacionadas a esta prática as pessoas com menor poder aquisitivo e menor grau de escolaridade, que devido à falta de conhecimento, procurariam se alimentar levando em consideração o menor custo financeiro. Estas práticas são caracterizadas pelos imigrantes como não saudáveis e prejudiciais ao corpo, que pode ter como efeitos nocivos doenças e excesso de peso. Estas práticas são ainda colocadas em contraposição com a idéia de “cozinhar em casa”, que é considerada uma prática mais saudável, mas que demanda tempo na rotina diária dos imigrantes que trabalham muitas horas por dia.

Observa-se também que o discurso inclui a alimentação como preocupação do esforço pela manutenção da saúde. Os antropólogos franceses Fischler e Taieb (1993) observam que a moral alimentar é, em grande parte, laicizada e medicalizada. Deste modo, os alimentos e as práticas alimentares, que sempre foram sujeitos a julgamentos, são sobretudo avaliadas moralmente em termos de gosto e de saúde. Os autores ressaltam que aquilo que apresenta relações com o gosto e com o corpo estão sempre arbitrados pela moralidade. Ter uma boa alimentação é um mérito de bons modos. Mas eles destacam que a moral da alimentação não implica que estas práticas consideradas boas sejam

---

<sup>82</sup> Esta moralidade que condena economizar na comida possui uma variável cultural. É interessante contrapor estas noções dos imigrantes brasileiros com o estudo realizado pelo antropólogo Daniel Miller, em uma etnografia de consumo com donas de casa de classe média, moradoras de um bairro de Londres. Miller mostra como as pessoas procuram economizar através das compras. O antropólogo conclui que economizar dinheiro surge como uma questão transcendental, que representa um ato de amor. Esta noção está baseada em uma ética de raiz profundamente ascetista, que valoriza o controle, a continência e a modéstia tanto na alimentação quanto no comportamento. (Miller 2002)

<sup>83</sup> O tempo gasto na preparação dos alimentos e na própria refeição tem sido apontado em pesquisas como relacionados à hierarquia social. Enquanto um maior tempo de preparo é apontado como necessário à uma alimentação de maior qualidade e mais sofisticada, própria de camadas sociais mais altas, a redução do tempo é associado ao menor preço e pouca preocupação com a qualidade (Bourdieu 1979, Grignon et al. 1980, Menzel et al. 1992, Fischler 1994).

sempre aplicadas. Por serem relacionadas a um ideal, os sujeitos expressam em seus discursos a sensação de deveres - o dever do equilíbrio e variedade, o da atenção e esforço, o da racionalidade e do prazer - e revelam, ao mesmo tempo, a condenação moral daquilo que é considerado um desvio alimentar (Fischler e Taieb 1993).

Estes “outros” brasileiros, alvos das condenações morais, são ainda criticados por adquirirem hábitos que são associados aos “americanos”. Nos discursos de meus interlocutores, os americanos são descritos de forma generalizante, apontados como indivíduos que não cozinham em casa, fazem refeições em *fast food*.

“Quando você começa a trabalhar muitas horas, aí que a coisa piora mesmo, entendeu? As vezes você não tem opção. Se você não tem aquele capricho, ou tempo, não tem tempo de cozinhar em casa e levar uma marmitinha com uma comida mais saudável, você tem que se virar na rua, e comer uma pizza, qualquer coisa da rua. Eu nunca fui dependente de Mcdonalds e Burger King, sempre odiei. Sempre odiei o cheiro daquilo. Mas muitos brasileiros aqui vivem de Mcdonalds. O que acontece? Eles chegam um palito aqui, quando você vê eles estão assim, ó! Porque aquela alimentação do Mcdonalds engorda. Você começa a comer aquele sanduíche, aqueles copos de coca-cola, o estomago vai se habituando, aquela gula, e só porcaria, *junk food*”.  
(Graça)

Pode-se observar ainda nesta fala de Graça que há moralidade na performance do tempo (como apontam Ger e Kravets 2009, em estudo sobre o consumo de chá na Turquia),<sup>84</sup> e que a forma de utilização do tempo constitui um aspecto de competência (Shove 2009).

Há também outras práticas passíveis de críticas, como comer em movimento, enquanto caminham ou dirigem o carro.<sup>85</sup> Estas críticas ao ato de comer enquanto dirige ou caminha não são exclusividade de brasileiros. Como percebe Valentine (Valentine 1998 apud Gibson

---

<sup>84</sup> Segundo os autores, no preparo e consumo de chá na Turquia, enquanto a rapidez é valorizada pela eficiência, a lentidão é valorizada pelos prazeres do lazer (Ger e Kravets 2009).

<sup>85</sup> Fischler faz uma observação semelhante em relação a estes hábitos norte-americanos, que também seriam criticados por europeus: “A forma como os americanos se relacionam com a alimentação constitui uma fonte de espanto constante para os europeus: o tempo de comer não é isolado, delimitado; não existe necessariamente por si mesmo, como tal. É possível trabalhar e comer ao mesmo tempo, comer e empreender, aparentemente qualquer outra atividade. Na velha Europa, a refeição é (era) um tempo e um espaço ritualizados, protegidos contra a desordem e as intrusões: o decoro proibia telefonar na hora das refeições ou, mais ainda, fazer uma visita. Era (em grande parte, continua sendo) impensável comer na rua, ou num elevador” (Fischler 1998: 852).

2007), comer enquanto caminha é um sinal de incivilidade. Segundo a autora, esta prática é comparada a atos de animais – ou “indivíduos guiados por seus apetites” – e representa falta de autocontrole. Valentine afirma que esta condenação moral do ato de comer em público produz a rua como um espaço civilizado, que transforma aquele que não resiste comer enquanto caminha como um sujeito inapropriado e “fora de lugar” (Valentine 1998: 198 apud Gibson 2007).

### ***2.5. Onde a comida não tem gosto***

Em meu trabalho de campo, a afirmação de meus interlocutores de que a comida em Boston “não tem gosto” era constante. Eram classificadas pelos sujeitos de pesquisa como “sem gosto” uma grande variedade de alimentos: frutas, verduras, legumes, carnes, comidas prontas em restaurantes norte-americanos e até mesmo produtos industrializados brasileiros, como o café e a cerveja. Segundo meus interlocutores, a comida de lá não tem gosto ou sabor como a do Brasil. Nos anúncios de restaurantes, é evidente esta associação entre Brasil e gosto ou sabor. Muitos deles apresentam o slogan “gostinho do Brasil”, o que remete a algo mais do que o sabor, pois se relaciona a uma incorporação de uma nostalgia do país através dos alimentos.

Afirmar que as comidas na sociedade de destino não têm gosto não é exclusividade dos imigrantes brasileiros em Boston. A depreciação da comida do “outro” ou de “outros” lugares parece se estender a diferentes populações migrantes em diversos tempos e espaços. É bastante comum que o gosto seja apresentado como algo que algumas comidas apresentam, enquanto outras não, e que esteja associado às comidas das localidades de origem dos imigrantes. No entanto, proponho aqui entender o gosto (e a falta de gosto), que tão recorrentemente aparecem nos discursos dos indivíduos que migram, a partir de meus interlocutores, sem a pretensão de generalizar sua experiência com a de outros grupos migrantes.

Além desta afirmação recorrente de que a comida não tinha gosto, entrevistando brasileiros também ouvi com frequência a afirmação de que era possível “se acostumar” ao gosto da comida preparada lá. “A gente se acostuma”, disseram-me vários interlocutores. Deste modo, os sujeitos de minha pesquisa apresentavam-se a possibilidade de “aprender a gostar”. Ainda que não fosse possível que a

comida de lá tivesse o gosto do Brasil, era possível acostumar-se a ela e ao gosto dela.

Estas afirmações levaram-me a questionar sobre o que é gosto e o processo de sua formação. O que é gosto é uma questão complexa, que pode ser entendido de forma interdisciplinar, e se apresenta de modo multifacetado, contraditório e ambivalente (Korsmeyer 2005). Como mostra Fischler (1992), o gosto passou a ser uma palavra polissêmica, compreendendo sentidos variados, como juízo estético, preferências (não apenas alimentares), afetividade, juízos de aceitação e recusa.

Segundo Chiva, não se pode definir o gosto apenas como paladar, pois ele compreenderia mais do que a simples percepção de estímulos que os sabores dos alimentos (como doce, salgado, ácido e amargo) provocam na língua. Para o autor, a capacidade desta percepção envolve o olfato, a temperatura, as texturas e o aparelho bucal (Chiva 1979). O autor também esclarece que a formação das capacidades gustativas dos indivíduos ocorre em um contexto social: quando bebês, os sujeitos recebem estímulos inseridos em um sistema de comunicação com um grupo social, que apresentam seus próprios valores. Também destacando a importância do contexto, Igor de Garine (1987) afirma que comida e sabor são adquiridos dentro de um recorte cultural, pois cada cultura e/ou subcultura apresenta um sistema de valores sobre alimentos e sabores.

Para Fischler (1995), o gosto é a sensação, que reúne os aspectos palativos e olfativos do alimento ao ser ingerido na boca até o momento da deglutição. Um alimento é considerado de gosto melhor do que outro alimento quando inserido em um conjunto de referenciais construídas em relação ao que é um gosto bom e o que é agradável. Estes gostos, na concepção do autor, são construídos desde a primeira infância, assim como apontado por Chiva (1979), e evolui de acordo com as trajetórias e experiências dos indivíduos. Neste processo, há, para Fischler, uma combinação de informação cultural e familiar que são interiorizadas pelos sujeitos a partir da vivência, aliada a componentes biológicos dos indivíduos (Fischler 1995).

Esta definição de Fischler sobre o gosto é uma tentativa de unir, em uma só concepção, as dimensões biológicas e sociais do ato alimentar e dos processos de formação das práticas e preferências alimentares.<sup>86</sup> Os estudos sobre alimentação na Antropologia e

---

<sup>86</sup> Como mostra Rial (2010: 119), “sem os preconceitos muitas vezes presentes em outros antropólogos que têm horror a qualquer evocação do biológico, como se essa dimensão pudesse apagar a importância do simbólico, Fischler faz referências seguidas à biologia, por

Sociologia encontraram grande resistência no início da constituição destas disciplinas por não poder se distinguir claramente se as práticas alimentares pertenciam ao domínio da natureza ou da cultura (Poulain 2004).

Segundo Csordas (1988), o conceito de gosto desenvolvido por Bourdieu (1979, 1983) – assim como sua noção de *habitus* – é parte de um projeto do autor de romper com a dualidade corpo e mente, apresentado-os de forma relacional. O gosto, para Bourdieu, está estreitamente relacionado ao conceito de *habitus* (que será retomado de forma mais consistente mais adiante no texto), e expressa uma cultura de classe que é introjetada no corpo dos indivíduos. O gosto, deste modo, é discriminante da classe e da hierarquia social ocupados pelos indivíduos.<sup>87</sup> 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.<sup>88</sup> O gosto, nas palavras do autor, classifica o classificador (Bourdieu 1983).

Esta concepção de gosto como expressão de classe social não depende apenas de critérios econômicos ou materialistas – a ocupação profissional também é importante. Já a classe social também não é definida apenas em padrões de renda financeira, mas como conjunto de práticas, predisposições e sentimentos. Para Bourdieu, há uma distinção pelo gosto e, por esta razão, os gostos das classes dominantes são imitados pela classe média que aspira a ascensão social.

A distinção através do gosto já aparece nos textos do político, cozinheiro e advogado francês Brillat-Savarin. Em *Fisiologia do Gosto*, escrito em 1825, o autor declara que o gosto relaciona-se aos prazeres, e que estes só podem ser experienciados por indivíduos que conhecem as

---

um lado, e à história, por outro – uma história que vai ao campo coberto pela arqueologia e pela palenteologia”.

<sup>87</sup> Warde (2005) lembra que, para Bourdieu, a diferenciação social das práticas vem da estrutura de classificação de classes e percepções do que propriamente do engajamento em e atividades dentro de práticas particulares. Deste modo, Bourdieu estaria mais focado nos efeitos da prática do que em sua organização.

<sup>88</sup> Bourdieu relaciona ainda o gosto a estilos de vida: “O gosto, a propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas ou classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida”. O autor define estilo de vida como “um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados”. (Bourdieu 1983: 83-84).

regras das boas maneiras à mesa. De acordo com a perspectiva do escritor, a burguesia possuía a capacidade de desfrutar dos prazeres proporcionados pelos sabores dos alimentos por serem conhecedoras de etiquetas (Brillat-Savarin, 1995 [1825]).<sup>89</sup>

Voltando às formulações de Bourdieu, que elaborou a noção de gosto associada à distinção entre classes sociais, considero importante apontar as críticas de Fischler a esta perspectiva teórica. Fischler lembra que as elaborações de Bourdieu não consideram as possibilidades de mudança sem que esta esteja associada a uma mobilidade ou ascensão social, pois sua perspectiva está fundamentada sobre as noções de reprodução e transmissão. Além disso, ele pondera que Bourdieu adota a visão de que o convívio familiar e a educação constituem os principais fatores através dos quais os gostos familiares são transmitidos. Sem desconsiderar a importância destes fatores, Fischler observa que os gostos podem variar ao longo das diferentes fases da vida dos indivíduos, pois é mais sujeito a mudanças do que considerava Bourdieu (Fischler 1992).

Ambas as perspectivas – tanto a de Pierre Bourdieu quanto as críticas de Fischler são importantes para pensar a questão do gosto – e da falta de gosto – apontada pelos brasileiros em Boston em minha pesquisa de campo. Mas é necessário ainda ir além, unindo a dimensão sensorial do gosto, e considerar a possibilidade, que aparece nos discursos de meus interlocutores, de “aprender a gostar” ou “acostumar-se ao gosto”. É neste sentido que me proponho a pensar o gosto enquanto prática.

### **2.5.1. Gosto como prática**

Para pensar o gosto enquanto prática, além de refletir sobre a obra de Bourdieu sobre as questões de *habitus* e estilo de vida, é preciso voltar para os escritos de Marcel Mauss. Com os conceitos *fato social total* e *homem total*, Mauss buscava os fatores que davam conta da totalidade – a saber, os elementos psicológicos, sociológicos e

---

<sup>89</sup> Também referindo-se a estas regras de boas condutas, Nobert Elias afirmou que as boas maneiras à mesa confere distinção social (Elias 1990). O historiador Flandrin, analisando o lugar do gosto nas relações sociais dos séculos XVII e XVIII, aponta também para a distinção entre a elite e as camadas subalternas a partir do modo de proceder à mesa (Flandrin 1991).

biológicos. No famoso ensaio *As técnicas do corpo*, Mauss procura pensar as maneiras pelas quais as pessoas se servem dos próprios corpos, e alerta que há técnicas – para mergulhar, nadar, correr, e até mesmo em nossas atividades mais rotineiras, como dormir, comer e beber. Segundo Mauss, estas atividades seriam executadas de formas específicas por causa de um ensino técnico, uma aprendizagem. Cada sociedade – como franceses e ingleses, por exemplo – teria seus próprios hábitos, que seriam resultados de técnicas diferentes. A noção de *habitus*, tão cara à obra de Bourdieu, já se encontra neste ensaio de Mauss:

Durante muitos anos tive a noção da natureza social do “*habitus*”. Observem que digo em bom latim, compreendido na França, “*habitus*”. A palavra exprime, infinitamente melhor que “hábito”, a “*exis*” [hexis], o “adquirido” e a “faculdade” de Aristóteles (que era um psicólogo). Ela não designa os hábitos metafísicos, a “memória” misteriosa, tema de volumosas ou curtas e famosas teses. Estes “hábitos” variam não simplesmente com os indivíduos e suas imitações, variam sobretudo com as sociedades, as educações, as conveniências e as modas, os prestígios. É preciso ver técnicas e a obra da razão prática coletiva e individual, lá onde geralmente se vê apenas a alma e suas faculdades de repetição. (Mauss 2003 [1935]: 404)

Neste pequeno trecho, além da noção de *habitus*, já aparecem outros temas recorrentes ao longo da teoria bourdiana da prática: *hexis*, a imitação, prestígio e a razão prática. As formas como as pessoas se utilizam dos corpos se fazem através de processos de aprendizagem, e é a noção de prestígio “que faz o ato ordenado, autorizado, provado, em relação ao indivíduo imitador”. Estes atos são condicionados “pelos três elementos indissolivelmente misturados” – a saber, o fisiológico, o sociológico e o psicológico. Estes processos de aprendizagem são iniciados na infância. Por esta razão, “talvez não exista “maneira natural” no adulto” (Mauss 2003 [1935]: 405).

Mauss considera a natureza instrumental do corpo: ele é, ao mesmo tempo, um objeto técnico e um meio técnico dos indivíduos. Já a técnica é um “ato tradicional eficaz”, pois as técnicas e sua transmissão dependem da tradição, e estão apoiadas em um sistema de símbolos morais e intelectuais, que definem atitudes que são permitidas ou não.

Mauss evidencia que estas técnicas não são montadas apenas pelos indivíduos, mas pela sociedade da qual eles fazem parte, e pelo lugar em que ocupam nela (Mauss 2003 [1935]: 408).

Apesar de curto, o ensaio *As técnicas do corpo* contempla as variações das técnicas entre os indivíduos e ao longo das vidas destes. Mauss afirma que as técnicas variam de acordo com os sexos (hoje diríamos gênero), as idades, o rendimento e a forma de transmissão. Mauss chama a atenção que a educação possui um objetivo prático: o de adaptar o corpo a seu uso. As técnicas estão baseadas sob a noção de rendimento, o que ressalta a intencionalidade deste aprendizado.

É graças à sociedade que há uma intervenção da consciência. Não é graças à inconsciência que há uma intervenção da sociedade. É graças à sociedade que há segurança e presteza dos movimentos, domínio do consciente sobre a emoção e o inconsciente (Mauss 2003 [1935]: 421).

Retomar a obra de Marcel Mauss é, portanto, estabelecer as origens de conceitos e pensamentos que deram origem a uma teoria da prática. Não encontramos em Mauss as distinções entre classes sociais explorada no trabalho de Bourdieu, mas há uma relação entre *habitus*, prestígio, aprendizagem e diferenciação entre indivíduos, que pode variar ao longo das vidas destes, o que garante ao *habitus* uma relativa plasticidade. Quando os imigrantes em Boston dizem que “se acostumam” a comida local, eles estão enfatizando estes aspectos que, na obra de Mauss estão relacionados. Mauss não utiliza o termo “gosto”, que é desenvolvido por Bourdieu, mas desenvolve idéias a partir das quais este pode ser pensado.

Gostaria de propor que o gosto seja pensado através de um conceito que alie tanto sua dimensão sensorial – a do paladar – quanto o aspecto da prática. Entender o gosto enquanto prática significa entender, em poucas palavras, que não é o desejo que cria a prática, mas a prática que cria o desejo. Para isso, utilizo as considerações para um teoria da prática tal como desenvolvida por Alan Warde (2005). Para este autor, é o engajamento em práticas que explica o processo e a natureza do consumo.<sup>90</sup> Warde define conceito de prática, a partir da definição de Reckwitz:

---

<sup>90</sup> Warde (2005) define o consumo como um processo no qual os agentes se engajam na apropriação e apreciação (por motivos utilitários, expressivos ou contemplativos) de bens, serviços, performances, informação ou ambiente (*ambience*), através da compra ou não, sobre

Prática (práxis) no singular representa meramente um termo enfático para descrever o conjunto da ação humana (em contraste à teoria e ao mero pensamento). ‘Práticas’ no sentido da teoria das práticas sociais, no entanto, é algo a mais. Uma ‘prática’ (Praktik) é um tipo de comportamento rotinizado que consiste de diversos elementos interconectados uns aos outros: formas de atividades corporais, formas de atividades mentais, ‘coisas’ e seus usos, um conhecimento na forma de entendimento, saber-fazer (know-how), estados de emoção e conhecimento motivacional (Reckwitz 2002: 249; tradução minha)<sup>91</sup>

Warde apresenta ainda a noção de prática tal como definida por Schatzki, que contempla tanto a idéia de prática como entidade coordenada como a de prática como performance.

A primeira noção é de prática com um desdobramento temporal e *nexus* de dizeres e fazeres dispersos espacialmente. Exemplos são as práticas de cozinhar, votar, as práticas industriais, recreacionais e correcionais. Para dizer que fazeres e dizeres formando uma prática constituem um *nexus* é dizer que estão ligadas em certas maneiras. Os três maiores meios de ligação estão envolvidas: (1) através de entendimentos, por exemplo, o que dizer e fazer; (2) através de regras explícitas que eu chamo de estruturas ‘teleoafetivas’ que abrangem finalidades, projetos, tarefas, objetivos, crenças, emoções e humores (Schatzki, 1996: 89).<sup>92</sup>

---

o qual o agente possui algum grau de critério. Segundo Warde, nesta perspectiva, o consumo não é em si uma prática, mas um momento em quase toda prática.

<sup>91</sup> Tradução livre do original em inglês: Practice (Praxis) in the singular represents merely an emphatic term to describe the whole of human action (in contrast to ‘theory’ and mere thinking). ‘Practices’ in the sense of the theory of social practices, however, is something else. A ‘practice’ (Praktik) is a routinised type of behaviour which consists of several elements, interconnected to one another: forms of bodily activities, forms of mental activities, ‘things’ and their use, a background knowledge in the form of understanding, know-how, states of emotion and motivational knowledge. (Reckwitz 2002: 249)

<sup>92</sup> Tradução livre do original em inglês: “The first notion is of practice as a temporally unfolding and spatially dispersed nexus of doings and sayings. Examples are cooking practices, voting practices, industrial practices, recreational practices, and correctional practices. To say that the doings and sayings forming a practice constitute a nexus is to say that they are linked

O conceito de prática levando em consideração os fazeres e dizeres contempla tanto as atividades práticas quanto as representações. Warde (2005) nota que prefere classificar os três elementos componentes que formam o *nexus* da prática como entendimentos, procedimentos e engajamentos.<sup>93</sup>

Já o sentido da prática como performance refere-se à realização das práticas, à execução de dizeres e fazeres que atualizam e sustentam o sentido de *nexus*. Como aponta Warde (2005), a reprodução do *nexus* requer uma atuação constante e regular. Neste sentido, as práticas são entidades coordenadas que requerem a performance para existirem. Os indivíduos, entendidos como agentes mentais e corporais, não apenas apresentam padrões de comportamentos corporais, como também modos rotinizados de entendimento, saber-fazer e desejo (Reckwitz 2002: 249–50).

Com estas definições de Schatzki e Reckwitz, Warde pretende entender a prática como dinâmicas, devido à sua lógica interna de operação, que implica tanto a reprodução quanto a inovação. Deste modo, abrange as adaptações, improvisos e experimentações realizadas pelos agentes sociais, e apresenta trajetória, história e desenvolvimento. O indivíduo, de acordo com o autor, é o ponto de intersecção de diversas práticas, e estas apresentam uma organização social que permitem que os sujeitos tenham engajamentos sociais múltiplos, participando de redes sociais e locações diferenciais. As práticas podem ter conteúdo cultural arbitrário, mas são capazes de fornecer privilégios e vantagens. Estes entendimentos sobre as práticas enfatizam processos como hábitos, consciência prática, conhecimento tácito, tradição, entre outros. Warde (2005) esclarece que a performance em uma prática familiar não é completamente consciente nem totalmente reflexiva.

Pensar no gosto enquanto prática permite entender, no contexto de minha pesquisa de campo, que, apesar de não ter o mesmo gosto do Brasil, é possível “acostumar-se” ou “aprender a gostar” da comida local. Através da prática, com a repetição constante, ocorre a

---

in certain ways. Three major avenues of linkage are involved: (1) through understandings, for example, of what to say and do; (2) through explicit rules, principles, precepts and instructions; and (3) through what I will call ‘teleoaffective’ structures embracing ends, projects, tasks, purposes, beliefs, emotions and moods. (Schatzki, 1996: 89)”

<sup>93</sup> Para Schatzki, estes três elementos componentes do *nexus* podem variar entre grupos de participantes, assim como os agentes têm relacionamentos variados com estes três componentes, pois podem ter entendimentos, habilidades e objetivos variáveis, assim como processos de aprendizagem diferentes.

aprendizagem descrita por Mauss (2003 [1935]). Esta aprendizagem também está relacionada à noção de prestígio, pois apreciar outras comidas implica níveis de acumulação de capital cultural que permite maior inserção e circulação destes imigrantes na sociedade hospedeira. Aprender a gostar, neste sentido, compreende uma estratégia na qual os imigrantes se engajam, através da prática, para viverem em um local longe do Brasil e o ajudarem a lidar com a *saudade* em suas vidas diárias.

Para Wilk, a vida diária seria muito difícil sem hábitos e rotinas – elementos essenciais em permitir que a vida diária proceda (Wilk 2009: 146). A vida diária ocupa um espaço entre pensamento e hábito, apenas parcialmente consciente. Ainda assim, o autor aponta a dificuldade em adquirir um novo hábito.

Adquirir um novo hábito é como subir uma montanha no início, mas você espera que vai acabar chegando em algum lugar onde poderá relaxar e parar. É como um grande investimento no futuro. O trabalho duro que você está fazendo no presente é uma grande abstração, mas talvez uma vez você adquira pode tornar-se automático, e você não terá que pensar mais sobre isso. Seu corpo irá superar, e sua mente poderá se mover para outras coisas (Wilk 2009: 148).

Wilk divide a forma de adquirir uma nova forma de consumo na vida diária em duas partes: *cultivação* e *naturalização*. *Cultivação* refere-se aos processos que trazem para a consciência, reflexão e discurso os hábitos e rotinas inconscientes. Para usar uma terminologia de Bourdieu, *cultivação* leva os componentes do *habitus* para a dimensão da práxis. *Cultivação* pode ser passiva ou ativa, porque pode ativamente iniciar novas rotinas, ou somos forçadas a mudá-las. Conflitos entre rotinas podem levá-las adiante, pois temos que estabelecer prioridades (Wilk 2009: 149).

*Cultivação* é parte essencial de qualquer forma de treinamento e educação, e é também um componente de muitas formas de competições e demonstrações públicas que levam ao olhar público formas habituais de consumo para exame e reflexão. Uma vida completamente cultivada seria impossível, pois seria inteiramente autoconsciente e reflexiva. A *naturalização* revela o processo que leva as práticas conscientes ao *habitus*, ou impedem de serem conscientes. Muitos de nossos hábitos cotidianos são totalmente naturalizados que nós nunca pensamos neles,

como ficar com fome ou sede<sup>94</sup>. Segundo Wilk, todos os dias temos a oportunidade de naturalizar algo novo.

Na vida diária, há uma luta em relação ao que deve entrar no repertório da rotina, e há regras de repetição que governam com que frequência coisas devem ser discutidas antes que possam ser feitas sem discussão, com que frequência devem ser repetidas através de acordo ou com supervisão antes que se tornem uma parte aceitável da rotina diária compartilhada (Wilk 2009: 151).

Este processo de naturalização também implica a possibilidade de aprender a gostar. Antonio está há dez anos nos Estados Unidos e, há cinco, ele, sua mulher e seus dois filhos têm *Green Card*. Ele vai ao Brasil pelo menos uma vez ao ano. Disse-me que atualmente, quando visita sua mãe em Minas Gerais, e ela prepara o almoço, ele leva apenas “dois dias para se acostumar”. Segundo ele, “é rápido”. Contou-me que “está acostumado dos dois lados”, o que lhe permite comparar comidas dos dois países. Hoje em dia, não tem dúvida de que a pizza do Brasil é melhor. Já o *hamburger* mais saboroso é no norte-americano, mas “o hambúrguer tradicional americano, não do Mcdonalds, o que é feito no restaurante com calma, que vai no *grill*, não na chapa”. Sobre os brasileiros que não concordam com ele, Antônio afirmou:

“não aprendeu a comer o *hamburger* daqui direito. É a pessoa que não se acostuma, que se acostumou a aquele *hamburger* do Brasil, com muita batata, excesso de milho... o daqui já não tem, já rejeita. E acha que aqui é tudo Mcdonalds, Burger King, não tiveram oportunidade de trabalhar em outra área e ficam preso em casa, de ir no restaurante e comer, ou de trabalhar no restaurante e ele mesmo fazer, ou pedir para alguém lá fazer daquele modo tradicional, que hoje eu não tenho dúvida que é melhor do que o do Brasil.”

---

<sup>94</sup> Há a naturalização submersiva, que Bourdieu chama de *hexis*, na qual a rotina se torna totalmente submersa no *habitus*, e as alternativas nunca chegam à consciência. Há também a naturalização reprimida, que Bourdieu chama de ortodoxia, na qual as alternativas são ativamente reprimidas. Isto é feito tanto para manter uma prática com um hábito ou rotina depois que alternativas foram desafiadas, quanto para tornar algo novo em algo rotineiro ou normal (Wilk 2009: 150).

## 2.5.2. A interação pelo gosto

Assim como “aprender a gostar” ou “acostumar-se” pode ser entendido enquanto prática, que é parte das estratégias de imigrantes para viverem em um novo contexto social, a formação ou manutenção do gosto também pode ser entendido em sua importância na relação entre pessoas. Pensar no gosto enquanto interação vai ao encontro de propostas elaboradas por antropólogos como Paul Stoller e David Howes, que podem ser considerados expoentes da Antropologia dos Sentidos.<sup>95</sup> Stoller (1989) critica a antropologia ao propor que a

---

<sup>95</sup> Segundo a linha histórica traçada por David Howes (2003), o interesse pelos aspectos sensoriais iniciou-se na antropologia há algumas décadas. De acordo com o autor, nos anos 60, começaram as bases teóricas para o desenvolvimento de uma Antropologia dos Sentidos. Neste período, a escola norte-americana de “Cultura e Personalidade” interessou-se pela investigação da variação sensorial em diversas regiões e sociedades do mundo. Em 1962, Marshall McLuhan e seu aluno Walter Ong publicaram *The Gutenberg Galaxy*, em que apontavam a influência dos meios de comunicação sobre os sentidos. Cinco anos mais tarde, em *A Floresta de Símbolos*, Victor Turner definiu a característica multivocal e polissêmica dos símbolos, que abriria caminho para a observação da multisensorialidade destes. A investigação de Turner aponta a denominada condensação dos pólos ideológicos e fisiológicos, onde localiza o poder transformativo dos símbolos. Já no final da década, Lévi-Strauss publicou *O cru e o cozido* (1969), incorporando os sentidos na análise de mitos.

Na década de 70, seguindo a linha histórica de Howes (2003), o desenvolvimento da Antropologia dos Sentidos foi marcada pelo advento das abordagens baseadas na análise textual das culturas. Em 1973, Edward Carpenter, aluno de McLuhan, publicou *Eskimo Realities*, na qual examinou as teorias de McLuhan e Ong sobre um estudo de caso dos Airilk. Dois anos depois, Anthony Seeger lançou *Nature and Society in Central Brazil*, mostrando que o sistema classificatório dos Suya é baseado nos sentidos. Em 1977, Pierre Bourdieu publica o célebre *Esboço de uma Teoria da Prática*, que inspirou antropólogos a reintroduzir a concepção de “corpo” em suas análises sobre culturas e sociedades. Como explicam Laderman e Roseman, Bourdieu argumenta que as “técnicas do corpo” são categorias culturais tomadas ou incorporadas na interação social. O sociólogo francês adotou o conceito de *habitus* de Mauss sublinhando a natureza primordial do pólo sensorial de Turner, e realizou um corte na distinção entre sensorial e ideológico (Laderman & Roseman 1996: 04).

Howes (2003) destaca que, a partir dos anos 80, a Antropologia dos Sentidos desenvolveu-se nos Estados Unidos como uma sub-disciplina. Neste período, Steven Feld, em *Sound and Sentiment* (1982), desenvolveu uma análise da importância do som para a vida Kaluli. Em 1983, Michael Jackson propôs que o corpo tenha um papel mais ativo nos estudos antropológicos e sugeriu que se estude a unidade “corpo-mente-*habitus*”. Já em 1986, Alan Corbin empregou, pela primeira vez, a expressão “Antropologia dos Sentidos” em sua obra *The Foul and the Fragrant*. No final da década, Paul Stoller, em *The Taste of Ethnographic Things* (1989), expôs a necessidade de uma abordagem antropológica mais sensível aos sentidos.

Ao longo da década de 90, surgiram estudos importantes, como os de David Howes (*The Varieties for Sensory Experience*, 1991), realizando uma análise transcultural sobre a percepção sensorial; de Robert Desjarlais (*Body and Emotion*, 1992), que incorporou as experiências sensoriais nos estudos das doenças e da cura entre os tibetanos yolmo sherpa, e de Constance Classen (*Foundation for an Anthropology of the Senses*, 1997) que apontou as bases

percepção dos sentidos seja incorporada a toda descrição social e prática etnográfica. O autor retoma a obra *A crítica do julgamento*, publicado originariamente em 1790, na qual o filósofo Emmanuel Kant hierarquiza os sentidos, relegando o gosto, o cheiro e o toque ao estatuto de brutos, em oposição ao sentido estético. De acordo com Stoller, a influência de Kant aliada ao intelectualismo visual dos pensadores do Iluminismo resultou em uma desvalorização dos sentidos nos discursos dos intelectuais, retirando, deste modo, os aspectos sensoriais das experiências dos observadores ocidentais.

Ainda segundo Stoller, baseada na noção de textualismo de Geertz, o foco da evocação e análise antropológica tem sido excessivamente visual (Stoller 1996).<sup>96</sup> Tais antropólogos seguidores deste modelo teórico tornaram-se leitores densos de textos culturais que eles analisavam do mesmo modo que a crítica literária analisa uma novela ou um poema (1996: 179). Stoller alerta para o fato de que transformar a experiência cultural em textos limita a análise cultural ao sentido da visão, o que pode nos afastar do mundo sensorial do gosto, da audição e do tato. Segundo o autor, povos em algumas sociedades vêem o mundo primeiramente em termos visuais, mas em outras, sua percepção do mundo pode ocorrer primeiramente através de outros sentidos.<sup>97</sup>

A particularidade da Antropologia dos Sentidos está não apenas na importância dos sentidos para a compreensão da interação social,

---

históricas da Antropologia dos Sentidos. No início do século XXI, surgiram os trabalhos de Kathryn Geurts (*Culture and the Senses: Bodily Ways of Knowing in an African Community*, 2002), e outras importantes análises de Robert Desjarlais (*Sensory Biographies: Lives and Deaths among Nepal's Yolmo Buddhists*, 2003) e David Howes (*Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*, 2003), além da publicação, em 2006, nos Estados Unidos, do jornal *The Senses and Society*.

<sup>96</sup> Stoller explica que no texto sobre a briga de galos, Geertz (1978) transforma a análise em uma abordagem interpretativa geral à análise cultural. As duas metáforas-chaves de sua perspectiva são “leitura” e “texto” – ação social transformada conceitualmente em palavras arranjadas em certo formato de uma página impressa.

<sup>97</sup> Stoller faz um balanço das críticas enfrentadas pela antropologia principalmente ao longo da década de 80. De acordo com ele, estas críticas levam a uma prática e representação etnográfica baseadas em três premissas: que os antropólogos visitem o campo por um longo período de tempo; que os etnógrafos, seguindo o modelo dos etnomusicólogos, levem seus sentidos às frequências não-visuais, especialmente em sociedades com preferências sensoriais não-visuais; e que os etnógrafos reintegrem os sentidos não-visuais em suas representações etnográficas (1996: 180-181). Stoller cita sua própria experiência como antropólogo: descobriu a importância do som na possessão Songhay na sua quinta viagem à Nigéria, oito anos após ter começado o trabalho de campo. O autor também assinala que uma reflexão crítica pode ajudar antropólogos verificar as influências que as suas próprias percepções sensoriais podem ter sobre a investigação (1989: 09).

pois envolve uma abordagem epistemológica (Howe 2003). A percepção sensorial não é entendida somente como um ato biológico, mas entendida em suas dimensões sociais e culturais (Classen 1997). Os sentidos, de acordo com esta visão teórica, vão além das cinco categorias popularmente conhecidas no Ocidente – visão, olfato, tato, paladar e audição – podendo incluir outras categorias, como emoções e sentimentos. Além disso, a percepção sensorial é considerada dinâmica e variável tanto em uma única cultura como entre grupos culturais. Em geral, a investigação antropológica sobre os sentidos se estende para além das observações das sensações preliminares, compreendendo o significado que emerge de tais experiências sensoriais (Howes 2003).

A Antropologia dos Sentidos propõe um olhar diferenciado (ou talvez ampliado) sobre pontos de vista relevantes para outras áreas da Antropologia. Howes (2003) nos apresenta um exemplo: enquanto a Antropologia da Alimentação enfatiza aspectos políticos, econômicos e/ou simbólicos das práticas e saberes alimentares, a Antropologia dos Sentidos se concentra nos aspectos sensoriais da comida e da refeição. Deste modo, textura e gosto, por exemplo, podem ser percebidos em relação à interação social entre indivíduos. Como sugere Stoller (1996:181), os antropólogos devem ajustar suas antenas perceptuais e voltar aos sentidos para compreender as sociedades e as culturas, o que pode levá-los a descobrir outras formas como grupos culturais percebem o mundo à sua volta através de sons, cheiros, gostos e texturas.

A importância dos sentidos e da percepção sensorial para a vida das pessoas e seu papel nas interações entre elas já tinha sido explorada por Simmel, em texto escrito originariamente em 1912. Em *Ensaio sobre a Sociologia dos Sentidos*, o autor alemão hierarquiza os sentidos de acordo com seu grau de relevância, de forma semelhante à de Kant, criticada por Stoller, a saber: em primeiro, a visão, seguido pela audição, e em terceiro, o olfato, o mais inferior. Simmel, no entanto, aponta para as características peculiares e reconhece os valores sociológicos de cada um destes sentidos, como o de ser um instrumento de reconhecimento, possuir valor sentimental, a capacidade de constituir a memória e a subjetividade, além do caráter cognitivo. Curiosamente, Simmel não cita o paladar, embora estas particularidades apontadas pelo autor de forma diferenciada para cada um dos sentidos podem também ser apontadas para a percepção do gosto.

A importância do gosto na interação social pode ser percebida em meu trabalho de campo na forma como os imigrantes valorizam o “gosto do Brasil”, que é sempre considerado melhor e inigualável. Ainda que possam “aprender a gostar” e “acostuma-se a uma nova

comida”, estas não chegam a superar ou substituir o sabor da “comida brasileira”. Como já mencionei anteriormente, a comida brasileira, para os imigrantes, está mais relacionada às dimensões afetivas do ambiente doméstico e familiar do que a uma afirmação de identidade nacional. A comida é, portanto, uma manifestação destas relações mais próximas que os imigrantes procuram manter no Brasil. O gosto, por sua vez, está também relacionado a estas interações sociais.

Como aponta a antropóloga inglesa Diana Mata Codesal a respeito de equatorianos na cidade espanhola Santander, os migrantes estão tentado se manter sensorialmente conectados com seu passado em seu país de origem comendo comida conhecidas como uma experiência corpórea de continuidade. Desta forma, a comida fornece um sentido através do qual o lar original e a nova casa estão ligados. Ativando as memórias do corpo (o conhecimento armazenado em nossos corpos sem que tenhamos consciência dele) através de comida familiar, imigrantes mais velhos estão resistindo a reconhecer a descontinuidade que a migração inseriu em suas vidas. Porque as memórias são criadas e recriadas em um meio sensorial, os sentidos têm a capacidade de lembrar as sensações originais, como a sensação de estar em casa. Deste modo, a comida familiar desempenha o papel de um poderoso conforto para os imigrantes por fornecer conforto psicológico e emocional em um contexto de drásticas mudanças causadas pela migração (Codesal 2010).

Se “aprender a gostar” pode ser aprendido através da prática, as preferências alimentares podem ser transmitidas. Deste modo, é possível compreender a importância de os imigrantes alimentares seus filhos, principalmente os nascidos nos Estados Unidos, com “comida brasileira”. Através dela e de outros elementos, como a língua, é possível estabelecer relacionamento destas crianças com o local de origem de seus pais e com os parentes que permanecem no Brasil. Desta maneira, os sentidos que têm relação com a comida, sejam eles cheiros ou gostos, são parte da socialização. A comida apresenta uma dimensão comunicativa.<sup>98</sup> A comida é comparada por diversos autores com o sistema lingüístico, que por meio de símbolos, que são combinados e classificados, comunicando uma estrutura social subjacente (Lévi-Strauss 1965, 2004, Douglas 1971, Barthes 1961).<sup>99</sup> No caso dos

---

<sup>98</sup> Agradeço à antropóloga Diana Brown as observações sobre as analogias entre comida e linguagem.

<sup>99</sup> Massimo Montanari (2008) também equipara os modos de comer às convenções existentes nas linguagens verbais. Segundo o autor, o conjunto das regras e convenções – da língua e da comida – forma uma gramática. Nesta, a soma de elementos determinam uma estrutura na qual cada elemento contribui para a definição do significado.

imigrantes com quem convivi, esta linguagem comum criada através da comida, aliada a seus aspectos sensoriais, ajuda a estabelecer e fortalecer vínculos à distância. Lucas contou-me não ter tido dificuldades com seus filhos, de oito e dez anos, nascidos nos Estados Unidos. Quando eles não queriam comer algo, os pais insistiam, para que eles “aprendessem a comer”. Lucas afirma que hoje eles são “como brasileiros”, pois não podem ficar dois dias sem comer arroz e feijão. Segundo ele, os filhos se “culturaram” através dos pais, o que é importante, principalmente, quando as crianças retornam ao Brasil, nas férias, para não “estranharem” a comida preparada pelas avós.

## ***2.6. Repensando o gênero na cozinha***

A migração não leva apenas a mudanças na rotina alimentar dos imigrantes, como também pode representar reconfigurações na divisão das tarefas domésticas nas famílias. Como aponta Appadurai (1996), a desterritorialização afeta as lealdades de grupo, inclusive o grupo familiar, como as relações entre marido e esposa e entre pais e filhos, que passam renegociar entendimentos e aspirações comuns. De forma semelhante, transformações nas estruturas familiares e o trabalho assalariado das mulheres são alguns dos fatores que contribuem para a modificação da transmissão dos saberes e habilidades culinárias (Fischler 1995: 196). Considerando as interrelações entre comida e gênero (Woortmann 1986, 2006, Zaluar 1982), é preciso atentar para as transformações e continuidades dos papéis de gênero entre os imigrantes. Para pensar gênero em meu trabalho, considero aqui homens e mulheres, tentando superar uma tendência de muitos estudos a tratar apenas de gênero quando se refere ao estudo de mulheres.

Deste modo, concordo com Hondagneau-Sotelo de que o gênero é uma importante ferramenta analítica para pensar tanto em experiências de homens quanto em experiências de mulheres, pois é exercido de forma relacional e dinâmica (1994: 3). Segundo Hondagneau-Sotelo, os processos migratórios são generificados. Homens e mulheres não partilham a mesma experiência de migração, pois as relações de gênero produzem distintos padrões migratórios. A autora destaca que estas relações de gênero circunscrevem opções e decisões nas famílias na hora de migrar (Hondagneau-Sotelo 1994).

A partir da década de 1990, estudos sócio-antropológicos sobre migração começaram a focar o gênero como categoria analítica,

mostrando não apenas a feminilização dos fluxos migratórios atuais, como também retomando análises das migrações de décadas anteriores, quando as narrativas não davam conta do papel das mulheres nestas histórias. A presença das mulheres no fluxo de brasileiros para os Estados Unidos pode ser comprovada em números. Segundo pesquisa do economista Álvaro Lima (2009), a população de brasileiros nos Estados Unidos divide-se em 51% de mulheres e 49% de homens. A conjugalidade também é um fator importante: 56% destes brasileiros, de acordo com o estudo, são casados.

As transformações políticas e econômicas nas quais estão incluídas os fluxos migratórios afetam as relações de gênero, mas este processo não é unilateral: o gênero também traduz as formas nas quais forças políticas e econômicas são traduzidas no interior das famílias e das redes sociais (Hondagneu-Sotelo 1994). Isto pode ser observado nas oportunidades de trabalho para os imigrantes. Sassen (1988, 1991) descreve o processo de crescimento político-econômico nos anos 70 e 80 que levaram à expansão do mercado de serviços e criaram polarização da renda e dos empregos nos Estados Unidos. Enquanto a produção de manufaturas passou a se localizar de forma geograficamente dispersa, grandes cidades norte-americanas começaram a se tornar centros a partir dos quais esta produção era gerenciada. Desta forma, profissionais de grande renda concentraram-se nestas cidades, gerando uma demanda por produtos e serviços de luxo, assim como um aumento das opções residenciais nestes locais voltadas para este público. Esta reestruturação econômica global (pois não se restringe apenas às cidades estadunidenses) também teve como consequência a geração de uma demanda por serviços pouco remunerados que foram sendo preenchidos por trabalhadores imigrantes, como jardinagem e limpeza. Os trabalhos de cuidado (*care*) de crianças e trabalhos domésticos foram (e são) majoritariamente realizados por mulheres.

Estes processos políticos e econômicos que geram demandas de trabalhos que preenchidos por trabalhadores imigrantes, que incluem as mulheres na ocupação de boa parte dos denominados trabalhos de “cuidado”, são fundamentais para pensar as mudanças e continuidades nas rotinas dos imigrantes. Após migrarem, muitas mulheres que antes eram donas-de-casa passam para o mercado de trabalho formal, e algumas são mais bem-remuneradas que seus maridos, até então os principais provedores de rendas em suas famílias. Desta forma, a migração exerce pressões e oferece desafios para homens e mulheres em relação a comportamentos e a papéis de gênero, que podem ser repensados e transformados nestes processos (Assis 2007).

Estudos sobre famílias migrantes mostram que o processo migratório contribui para questionamentos em relação aos arranjos familiares e os papéis de gênero devido a uma maior autonomia das mulheres na sociedade receptora (Zentgraf 2002, Assis 2004, 2007, Feldman-Bianco e Huse 1995).<sup>100</sup> O novo contexto no qual os imigrantes se inserem oferecem a possibilidade de novos padrões de comportamento tanto para as mulheres que migram sozinhas (Espin 1987),<sup>101</sup> quanto para os casais que migram juntos. Margolis (1994), em sua pesquisa pioneira sobre brasileiros em Nova York, também aponta que há uma renegociação do trabalho doméstico em virtude do que seria, nas palavras da antropóloga, um questionamento da “ideologia patriarcal”.

DeBiaggi compreende estas mudanças nas relações de gênero como resultados de um processo de aculturação. Segundo a autora, os homens e as mulheres de uma pesquisa realizada com 50 casais de imigrantes passaram a dividir as tarefas domésticas com a saída das mulheres para trabalhar. A pesquisa conclui que quanto mais aculturados, mais igualitários eram os homens na divisão de tarefas com as mulheres, entre eles o cuidado com os filhos (DeBiaggi 2003). Considero que o termo aculturação pode ser perigoso para tratarmos sobre estas mudanças nas relações de gênero e os conflitos gerados entre casais imigrantes em decorrência da desterritorialização. É perigosa não apenas porque mascara a dinamicidade da cultura, como também entende a cultura como algo homogêneo. Além disso, não contempla a heterogeneidade dos imigrantes brasileiros, que são atravessados por diferenças de classe e capital educacional, entre outras.

O envolvimento de mulheres imigrantes no mercado de trabalho, como mostra Forner (2000), é importante para entender de que formas a migração pode ser muitas vezes libertador para as mulheres imigrantes. Para a autora, a principal mudança ocorreu quando as mulheres passaram a realizar trabalhos fora de suas casas. Como ela mostra, judias e italianas nos Estados Unidos nas primeiras décadas do século XX, que realizavam trabalhos em casa, como a produção

---

<sup>100</sup> Feldman-Bianco e Huse (1995: 111) esclarecem que, apesar de uma redivisão das tarefas de gênero, há um esforço, entre os imigrantes portugueses, de dissimular a perda da autoridade masculina no interior das famílias. Isto é feito, principalmente, pelas mulheres mais velhas, que agem como “árbitros mais extremos dos valores morais”, que incentivam a manutenção dos valores tradicionais e criticam a emancipação da mulher nos Estados Unidos.

<sup>101</sup> Espin (1987) sugere que mulheres latinas que migraram sozinhas enfrentam sentimentos contraditórios: ao mesmo tempo que experienciam culpa e vergonha, sentem-se livres para buscar novos padrões de comportamento, já que não seriam tão controladas pela família como as mulheres que migram acompanhadas pelo marido ou pelos pais.

industrial de comidas, não chegaram a realocar em relação a outros membros da família. Porque realizavam o trabalho em casa, preservaram (e até intensificaram) a divisão de gênero no trabalho doméstico e do cuidado dos filhos. Forner lembra que a remuneração representa um “empoderamento” das mulheres, que se tornam financeiramente mais autônomas em relação a seus maridos. No entanto, segundo ela, o mercado de trabalho também pode ser opressivo para as mulheres, pois muitas delas trabalham fora e ainda precisam acomodar as necessidades dos maridos e dos filhos, e frequentemente ganham menos que os homens e realizam trabalhos de baixo *status* social.

De fato, o trabalho afeta as relações de gênero entre os homens e mulheres imigrantes. O fato das mulheres trabalharem e de muitas delas ganharem mais do que os maridos foi descrito por vários de meus interlocutores como um dos motivos de separações entre casais. Nos discursos de meus interlocutores, as acusações de que as mulheres se tornaram “gananciosas” e de que “só pensam em dinheiro” são bastante recorrentes. Além destes motivos, muitos homens dizem que as “más companhias” influenciaram as mudanças de comportamento de suas ex-esposas, o que levou ao fim do casamento. João, por exemplo, trabalhou como açougueiro no Paraná por cerca de trinta anos no açougue da família. Ele, sua então esposa e os dois filhos adolescentes migraram para os Estados Unidos quando os rendimentos do negócio familiar começaram a ser insuficiente para sustentar sua família e a de seus irmãos. João passou a trabalhar como limpador de vidraças e sua esposa como *housecleaner*. Por causa da rotina de trabalho de sua mulher, que no Brasil era dona-de-casa, João começou a cozinhar diariamente. Após quatro anos em Boston, o casal se separou. Segundo ele, a mulher passou ganhar a mais, a gastar mais também, e teve a influência de “más companhias”. João continua morando na mesma casa que a ex-esposa – ele ocupa o *basement* da casa – e cozinha diariamente para ele e para a filha adolescente.

Ricardo também cozinha diariamente para a filha de 15 anos e o filho de 12. Ele está separado há dois anos, após ficar casado por 18 anos. Contou-me que ele e sua esposa tinham amizade com 38 casais de brasileiros. Destes, apenas um continua casado. Ele destaca a rotina de trabalho e a busca de dinheiro como motivos para tantas separações, inclusive a sua.

“Quanto mais tem, mais quer... aí acaba aquele romantismo, aquele calor... porque o homem trabalhando demais, a mulher também trabalha... aí dá aquele choque, aquele colapso... a pessoa prefere

mudar, prefere ter um outro tipo de vida, do que tentar salvar um relacionamento. Isso aqui é muito, muito, muito típico. Tanto casais quanto amigos, porque aí também já entra a soberba. Um quer ter mais vantagem que o outro, o que eu tô fazendo... quer dizer, aquele ambiente simples, que tinha no início, aquele relacionamento mais puro que a gente tinha nas nossas cidades, muitos acabam”.

Na fala de Ricardo, também observamos a idealização dos relacionamentos nas cidades brasileiros – ele nasceu e viveu até os 18 anos em uma pequena cidade do interior de Minas Gerais – que são considerados “mais puros”. Ele também cita a “ambição” da ex-mulher como um fator que levou à separação.

“A pessoa muda de várias formas. No caso dela, eu não posso dizer assim exatamente o que aconteceu. Mas uma das razões foi ficar rica. Aquela ambição... coisas, coisas, coisas, coisas... se preocupava muito. Presentes tinham que ser jóias. Isso é muito típico aqui também. É pra compensar um pouco da ausência. Se você me dá uma jóia e você não está em casa constante, você compensa. Conclusão: quando se separou, levou tudo, inclusive as minhas também, me deixou sem nada”.

Hoje em dia, os dois filhos, cidadãos americanos nascidos nos Estados Unidos, moram com ele, que cozinha diariamente e realiza outras atividades domésticas. No caso de Ricardo, assim como no de outros interlocutores de minha pesquisa, não apenas a rotina de trabalho de suas esposas foi responsável pelo fato de seus maridos passarem a cozinhar. Um dos nichos de trabalho mais ocupados por imigrantes em Boston é o setor alimentício. Ricardo e outros brasileiros encontraram trabalho nas cozinhas de restaurantes, o que iniciou seu contato com a atividade de cozinhar, apesar de nunca ter sido cozinheiro nos restaurantes em que trabalhou. Ele também afirma que o modo como cozinha teve a influência de sua mãe, apesar de ter passado a se dedicar à cozinha a partir de 1986, quando migrou para Boston.

“Tudo lembrando da minha mãe, porque a minha mãe era uma obra de arte na cozinha. E por ficar muito ali por perto, a gente lembra das coisas, dos quitutes, da comida... então isso volta, volta a lembrança. No começo, você não vai fazer igual. Mas depois, com o tempo, você vai se adaptando. Então hoje, na minha casa, eu não como o mesmo prato todos os dias. Eu diria que desde 86 eu passei a me dedicar mais a cozinha, a ver nos restaurantes, a provar como se faz isso, despertou mais a curiosidade. Então hoje eu faço pratos diversos”.

Marcos mora nos Estados Unidos há 22 anos. É de Governador Valadares, e já possui cidadania norte-americana. Quando chegou, indocumentado, trabalhou como *dishwasher* em um restaurante. Seis meses depois, passou para a cozinha, preparando a salada. Hoje é açougueiro em um açougue norte-americano, que, segundo Marcos e outros interlocutores, paga salários muito maiores do que os açougues brasileiros. Marcos também está a frente de um negócio de família: vende comida em festas, tanto de famílias, como grandes festivais, a exemplo do *Brazilian Day*, em Nova York. Sua esposa, Nara, é *housecleaner*. Segundo Marcos, é ele quem cozinha na maioria das vezes em sua casa. Seu filho, de 14 anos, me explica: “quando minha mãe chega cansada, é ele quem faz”. Assim como Ricardo, afirmou que aprendeu a cozinhar com sua mãe, apesar de ter começado a se dedicar à cozinha depois de ter ido para os Estados Unidos.

A experiência de Antonio é semelhante a de Marcos e Ricardo. Estes últimos passaram a cozinhar com mais frequência e a se desenvolver na cozinha após migrarem, e hoje são os principais responsáveis pelo preparo das refeições nas famílias. Já Antonio aprendeu a cozinhar nos Estados Unidos. Quando chegou em Boston, há 15 anos, solteiro, morou em uma república. “Os dois primeiros dias não comi arroz com feijão, quase passei mal. Pedi, pelo amor de Deus, pra alguém cozinhar.” Começou a trabalhar como *dishwasher* logo na primeira semana em um restaurante italiano, então passou a se alimentar lá. Antonio, assim como Marcos e Ricardo, afirma ter aprendido a cozinhar vendo os cozinheiros trabalharem. Agora, casado com uma brasileira que conheceu quando voltou ao Brasil pela primeira vez, há 13 anos, divide a cozinha com a esposa. Ele cozinha quando Ana, *housecleaner*, está trabalhando.

Nas experiências destes interlocutores, vemos homens que passaram a se dedicar a cozinha após a migração. A rotina familiar de João e sua família sofreram grandes mudanças, e novos arranjos das atividades domésticas tiveram que ser feitas. Assim como Ricardo, ele passou a ser responsável pela preparação das refeições da família e experienciou mudanças em seu relacionamento conjugal que levaram à separação do casal. Já Marcos e Antonio adaptaram-se às novas rotinas familiares, e não parecem passar por conflitos ao cozinhar para a família, ou, como no caso do segundo, dividir esta tarefa com a esposa. Em comum, eles têm a experiência de ter trabalhado ou estar trabalhando em restaurantes, o que os familiariza com a atividade de cozinhar.

Ainda que possamos ver estes exemplos como mudanças em papéis tradicionais de gênero – a atividade rotineira de cozinhar para a família delegada às mães e/ou esposas – isso não significa que todos os imigrantes passem por estes rearranjos na divisão das tarefas domésticas. Vários de meus interlocutores casados disseram-me que são as mulheres/mães/esposas as responsáveis por preparar as refeições da família, assim como as que realizam as demais atividades domésticas, como “fazer a *laundry*” (lavar as roupas) e a limpeza da casa. São também as mulheres as que vão aos supermercados e compram a comida com mais frequência para a família. Eulália é um exemplo. Ela mora em Boston há mais de 20 anos. Seu marido veio antes à procura de trabalho, e, segundo palavras de Eulália, ela migrou com os dois filhos para que eles não ficassem separados dos pais. Um dos filhos agora é ator, formado por uma importante escola de drama de Nova York. “Você pode imaginar quantos banheiros eu lavei para pagar as mensalidades”, ela me disse, revelando as dificuldades em custear os estudos do filho. O outro, mais novo, é tenente do exército americano, e foi chamado para servir no Afeganistão. Ambos moram em outros Estados americanos. Por isso, Eulália afirma que não costuma mais cozinhar tanto quanto cozinhasse antes, quando os filhos moravam com ela e o marido.<sup>102</sup>

Eulália contou-me a importância de manter os mesmos hábitos que tinha no Brasil. Segundo ela, “não se pode perder a essência”. Passa roupas com frequência, fato não muito recorrente entre os imigrantes que conheci, que lavam as roupas em *laundries*, e as dobram ainda quentes após retirarem da secadora, evitando que fiquem amassadas.

“Eu passo roupa, eu não quero perder esse costume. Eu ainda sou daquele tipo que, se eu to de folga, eu dou areação na minha casa. Eu arrumo minha casa como se eu estivesse no Brasil. Essa semana eu fiz faxina na minha casa sábado e domingo. Mudo minhas coisas de lugar, lavo o chão, eu não quero perder minha essência”.

Outra atividade que Eulália faz questão de fazer é cozinhar. Quando a perguntei se seu marido também cozinhasse, ela respondeu:

---

<sup>102</sup> Em minha pesquisa de mestrado, realizada em uma comunidade de camada popular, as donas de casa frequentemente afirmavam que não cozinham mais após a morte do marido e o casamento e saída de casa dos filhos. Quando cozinham apenas para si próprias, costumavam dizer que “não cozinham”. Deste modo, cozinhar é uma atividade que relacionavam como direcionada a alguém, principalmente a outro membro da família, e raramente apenas para si mesmas (Assunção 2007).

“Só eu... meu marido não cozinha não... meu marido é brasileiro... (risos)”

Enquanto Eulália enfatizava seus esforços para manter sua rotina das tarefas domésticas, e a importância em fazê-lo, outra interlocutora contou-me ter tido experiências diferentes em seus dois casamentos. Andréa migrou para os Estados Unidos aos 20 anos, um mês após ter se casado com um brasileiro. O casamento durou dez anos. Neste período, ela trabalhou como *baby-sitter* e foi a principal responsável pelas tarefas de cozinhar e limpar a casa. Segundo ela, o marido não cozinhava, e me explicou: “Ele é brasileiro... eles (os brasileiros) querem que a gente faça tudo para eles...” Ao contrário de Eulália, Andréa não vê de forma positivada o suposto fato de homens brasileiros não realizarem tarefas domésticas. Atualmente, ela está casada com um norte-americano há cinco anos. Agora, ela cozinha diariamente a “comida brasileira” – arroz, feijão e salada – mas apenas para ela mesma levar como marmita para o almoço no dia seguinte de trabalho. O marido prepara seu próprio *lunch* – um sanduíche que considera mais light. Nos finais de semana, ele cozinha, na maioria das vezes, pasta, para Andréa e sua filha, ou vão com recorrência a restaurantes.

Com estes últimos exemplos, vemos que são as esposas ou mães as responsáveis pela preparação da comida nas famílias. No entanto, é preciso reconhecer o trabalho das avós. É bastante recorrente a ida das avós para os Estados Unidos quando os netos estão para nascer. A ida destas mulheres auxilia as filhas nos últimos momentos da gestação e nos primeiros cuidados com os recém-nascidos. No caso de Monica, a estadia está sendo mais longa. Ela deixou o marido no Brasil para ficar perto do neto, de cinco anos, em Boston. Desde o nascimento de Mateus, ela cuida da casa onde mora com a filha e seu marido norte-americano. Ela cozinha para o casal e o neto diariamente.

Apesar de ocorrerem inúmeros casamentos entre brasileiros que se conheceram após migrarem para os Estados Unidos, ouvi muitos comentários sobre as dificuldades em se encontrarem parceiros ideais para o matrimônio. Estas dificuldades são apontadas principalmente em relação às diferenças de classe e capital educacional entre os imigrantes. Um exemplo é o comentário feito por Norma. Ela me disse que “aqui é muito difícil para a mulher brasileira casar”, por causa do “nível dos homens”. Segundo ela, que se casou no Brasil e se mudou para os Estados Unidos com a família, que possui *Green Card*, a maioria dos brasileiros veio pelo México e “é meio bronca, mas ganha muito dinheiro”. Para Norma, “a maioria não estuda e não tem nível cultural”.

Comentário semelhante foi feito por Clara, solteira, que aprendeu a falar inglês nos Estados Unidos. Ela me disse que não se casaria com brasileiros em Boston, “por causa do nível”. Clara afirmou que “os brasileiros aqui costumam morar junto, sem casar, a mulher engravida, fica feia e o homem procura outra e a larga”.

Mas, segundo minhas interlocutoras, há também riscos para as brasileiras que se casam com norte-americanos. Norma afirmou, citando o exemplo da irmã, *housecleaner* que se casou com norte-americano, que a mulher também pode ser vítima da exploração dos homens. Nas palavras dela, “a mulher trabalha muito e o homem folga”. Sonia contou que muitas brasileiras que se casam com americanos “se dão mal”, porque são muito “trabalhadeiras” e acabam exploradas pelos maridos. Contou o caso de uma amiga, cujo marido americano se “integrou na comunidade brasileira”: “comia a comida, dançava forró, mas depois a maltratou, com agressões e forçando-a a fazer sexo com outros homens”. Deste modo, o processo migratório impõe desafios aos sujeitos que passam por reconfigurações em suas rotinas (domésticas e de trabalho), reavaliam os “outros”, através do contato com diferentes brasileiros, e também não-brasileiros, e se deparam com possíveis transformações e negociações em seus relacionamentos amorosos e familiares.

Podemos acrescentar ainda que os casamentos entre brasileiros (que podemos classificar como endogâmicos) e os casamentos entre brasileiros e norte-americanos (que seriam exogâmicos), representam diferentes estratégias no projeto migratório. Enquanto o casamento entre dois imigrantes de mesma nacionalidade pode permitir a manutenção dos projetos de retorno à sociedade de origem ou ainda de outros projetos migratórios em comum, a união interétnica implica, com frequência, o estabelecimento definitivo do imigrante no país. Deste modo, os relacionamentos amorosos também devem ser pensados em relação aos projetos destes imigrantes e suas possibilidades de inserção no país para onde migraram.<sup>103</sup>

Com a entrada de alguns (não todos) homens na cozinha e a reorganização da divisão de papéis domésticos, percebemos que, ainda que nem todos realizem mudanças e rearranjos de gênero no interior das famílias, o processo migratório leva os imigrantes a um repensar seus lugares, comportamentos e expectativas nos relacionamentos. Como

---

<sup>103</sup> Laura Oso Casas (2004) faz afirmação semelhante em relação a imigrantes espanholas em Paris. Algumas delas, segundo a pesquisadora, evitam casamentos com franceses para manterem seus projetos de retorno à Espanha.

expressa a socióloga norte-americana Marilyn Halter, as mulheres são comumente conhecidas como mantenedoras da cultura étnica nas famílias dos imigrantes, desempenhando papéis como cozinhar comidas étnicas e celebrar datas importantes. Anthias, por exemplo, afirma que as mulheres são transmissoras diretas de elementos da etnicidade por conta de seu domínio nas atividades diárias no ambiente doméstico, como o cuidado com as crianças (Anthias 2001: 34). No entanto, os homens também “se feminizam” após a migração, e estão participando da perpetuação e reclamação das identidades étnicas, não apenas para manter uma herança patrilinear, como também para encontrar, como as mulheres, um sentido de lugar em um ambiente estranho e expressar *saudade*, voltando-se mais para as famílias (Halter 2000: 81). Neste sentido, ao cozinhareм a comida que aprenderam com suas mães, os homens também participam da manutenção e do reforço dos vínculos sociais com seus familiares e parentes no Brasil.

**Capítulo 3**  
*Comidas em Festas*

### *3. Comidas em Festas: agência e imitação*

Após apresentar a geografia da comida, descrevendo a formação da oferta de alimentos brasileiros na região da Grande Boston, e tratar sobre as práticas alimentares cotidianas de meus sujeitos de pesquisa, dedico-me à alimentação que não está presente no dia-a-dia dos imigrantes e que escapam da esfera da domesticidade. Refiro-me aos momentos de festas e comensalidade que reúnem indivíduos e famílias em contextos diversos: festas de aniversário, festas de casamento, churrascos nos finais de semana, festivais brasileiros, refeições e festas em Igrejas, entre outros. Embora não caracterize estes momentos como eventos cotidianos, isto não significa que sejam momentos raros: a vida social de meus interlocutores mostrou-se bastante intensa, com a organização e o recebimento de convites para encontros e festividades.

As festas realizadas por e para imigrantes brasileiros deve ser compreendida como resultado dos fluxos culturais globais, que Appadurai (1996, 1999) compreende como compostos de cinco panoramas disjuntivos: tecnopanoramas, finançopanoramas, ideopanoramas, etnopanoramas e midiapanoramas. Embora todos estejam interligados, os dois últimos – etnopanoramas e midiapanoramas – relacionam-se de forma mais direta às composições destas festas. Os primeiros tratam dos fluxos de pessoas pelo mundo, como turistas e imigrantes, além de refugiados e exilados; o segundo, da distribuição das capacidades eletrônicas de produzir e disseminar informações através de jornais, revistas, canais de televisão, filmes etc., além de um grande “repertório de imagens, de narrativas e de etnopanoramas para os espectadores do mundo inteiro...” (Appadurai 1999: 315). A partir desta perspectiva, as festas ocorridas em Boston são entendidas a partir das tensões destes fluxos culturais de pessoas e imagens que extrapolam fronteiras nacionais.

As festas e celebrações podem também ser entendidos através de linhas teóricas que têm como base os escritos clássicos de Durkheim e outros membros da Escola Sociológica Francesa. A partir desta linha interpretativa, estes eventos apresentam papel preponderante na coesão de grupos, pois, através de sua “efervescência”, promovem e reforçam um sentimento de pertencimento social. Deste modo, nas festas e celebrações, é a própria sociedade que está sendo comemorada e (re)feita. Apesar de ser possível entender estas reuniões sociais como momentos de fortalecimento e criação de laços sociais, ressalto que há

também possibilidades de encontrarmos não apenas coesão e consenso, mas inúmeras divisões e tensões, que marcam diferenças entre classes e *status* social, e através das quais podem ser percebidas inclusões e distinções entre brasileiros.

Nas inúmeras festas que pude comparecer em Boston, a comida parecia ser grande preocupação daqueles que organizavam e preparavam os eventos, e também um dos focos de atenção dos convidados e participantes. Nas festas realizadas em datas comemorativas em uma Igreja Católica, por exemplo, a primeira e principal decisão a ser tomada pelos organizadores era qual comida seria servida. A partir desta, seguiam-se as demais: quem prepararia a comida, se os participantes comprariam convites ou de que formas o dinheiro seria arrecadado, em qual local seria a festa etc. Ainda que não haja consenso sobre o que é “comida brasileira”, e que esta denominação comporte uma grande variedade de comidas, comida em festas surge com papel simbólico, “como expressão de um código culinário voltado para o grupo familiar e como expressão de uma unidade social mais ampla, aparecendo como código ideal, unificador, em oposição à sociedade real” (Alves 2005). Desta forma, as relações entre brasileiros, assim como as relações entre estes e norte-americanos e/ou outros imigrantes, que são possibilitadas por estas festas, podem aparecer através do compartilhamento ou não deste código culinário.

Mas, para além de seu conteúdo simbólico, sugiro que a comida pode expressar intencionalidade e agência, tal como proposto por Daniel Miller (1987) e Alfred Gell (1998). Para Gell (1998), as coisas são dotadas de agência social, pois esta pode ser exercida tanto em relação às coisas, como também por coisas. Seu conceito de agência é contextual e relacional, pois, para que algo ou alguém seja agente, é preciso que este seja capaz de produzir ou dar início a eventos causais ao seu redor.<sup>104</sup> A agência humana, segundo Gell, só é possível inserida em um mundo material, e é exercida através de diversas formas de mediações físicas. Deste modo, as coisas não apenas representam algo, mas tornam este algo presente, pois carregam significados e valores que estão contidos em sua materialidade – no caso da comida, podemos acrescentar sua sensorialidade, especialmente o gosto e o cheiro, tão ressaltados por meus sujeitos de pesquisa. Assim, as comidas não

---

<sup>104</sup> Para o autor, a agência é resultado do contexto, pois tudo pode ser agente, e este é dependente de uma relação com o paciente. Assim, a agência não é uma capacidade própria dos seres humanos, e as relações entre agente e paciente são sempre situacionais (Gell 1998).

somente representam as lembranças dos imigrantes, marcadas pela saudade, como o convívio familiar e os momentos de festividade da localidade onde nascera, como também têm o poder de carregar estas lembranças. A comida, portanto, possui agência e intencionalidade sobre o tempo, o espaço e os sujeitos com os quais se relaciona.<sup>105</sup>

Neste sentido, a comensalidade não é pensada aqui apenas como o consumo de comidas e bebidas e as regras que reforçam as instituições sociais através do consumo. Mais do que isso, a comensalidade é uma troca sensorial de memórias e emoções, e do consumo de substâncias e objetos que carregam estas lembranças e sentimentos (Seremetakis 1993: 14).

Porém, ainda que a materialidade da comida, com seus sabores e odores, sejam capazes de trazer lembranças aos brasileiros em Boston, meus interlocutores, quando entrevistados ou em conversas informais durante festas, eram praticamente unânimes em afirmar que, embora fossem semelhantes aos do Brasil, as comidas e festas não eram iguais. “É bom, mas não é a mesma coisa”, disse-me uma amiga de uma interlocutora durante a festa junina na paróquia de Everett. A partir destas afirmações, proponho-me a pensar as comidas das festas (e por que não as próprias festas) como mimesis. Baseado em leituras de Frazer e Benjamim, Taussig define mimesis como a natureza que a cultura utiliza para criar uma segunda natureza. É ainda a faculdade de imitar, criar modelos, explorar a diferença e de se transformar em “outro”. Citando Benjamim, o autor afirma que “a habilidade de imitar, e imitar bem, é, em outras palavras, a capacidade para [tornar-se] Outro” (Taussig 1993:19; tradução minha).<sup>106</sup> Nas palavras do autor, a cópia carrega as características e o poder do original. No entanto, não é um mero produto do original, mas possui as propriedades daquilo que é imitado, o que lhe confere a possibilidade de afetá-lo.

Taussig, através da obra de Frazer (o clássico *O Ramo Dourado*), afirma que ver e ouvir algo é estar em contato com este algo, sendo, deste modo, cópia e contato elementos de um mesmo

---

<sup>105</sup> Para Miller, o estudo das coisas deve partir da investigação das relações que as constituem, não as tratando como entidades autônomas. O autor busca também superar o dualismo materialidade-imaterialidade, mostrando que as coisas possuem capacidade de remeterem ao imaterial, e que diferentes culturas humanas buscam a materialidade para atingir a imaterialidade. Deste modo, a cultura material aparece como essencial para a vida social humana, pois é capaz de expressar também a imaterialidade. Ainda de acordo com o mesmo autor, a objetivação e a subjetivação são processos relacionais, que se constituem de forma dialética, não havendo separação entre sujeitos e objetos (Miller 2005).

<sup>106</sup> Tradução do original em inglês: “The ability to mime, and mime well, in other words, is the capacity to Other” (1993: 19).

movimento. Explorando as concepções de Frazer sobre mágica simpática, Taussig extrai as distinções do autor sobre dois tipos de mágica: as que ocorrem por meio da similaridade, e as que necessitam de contato. A partir destas concepções, percebe-se que não ocorre mágica apenas através da similaridade visual – o parecer o “outro” – mas também através dos elementos a partir dos quais ela é produzida. Pensando na comida, podemos ampliar esta concepção de Taussig, afirmando que comer algo é também entrar em contato. Ainda que não seja igual e é reconhecidamente inferior ao original, a comida carrega o poder de estar em contato com aquilo que se pretende imitar ou tornar presente.

A mimesis é, portanto, a capacidade de se tornar o outro, indo em direção a ele. Desta maneira, através do processo da mimesis, procura-se superar a distância entre si mesmo e o “outro”. No entanto, este processo não produz puramente uma cópia, pois implica também transformações e alterações que ocorrem no ato em que se imita. Como afirmavam meus interlocutores, apesar da semelhança, a comida e as festas não eram iguais às do Brasil. Ainda assim, esta similaridade traz as lembranças do Brasil. O fato de ser diferente confere mais poder às comidas e festas originais brasileiras que se pretende imitar, e que continuam sendo consideradas superiores e melhores.

Além de trazerem lembranças, o consumo de comidas e a participação em festas são também oportunidades para conhecer o(s) “outro(s)”. Neste caso, a comensalidade constitui-se em uma importante ferramenta para norte-americanos, imigrantes de outras nacionalidades, como também brasileiros provenientes de diferentes localidades, entrarem em contato e estabelecerem uma forma de conhecimento do “outro”. É também um momento importante de transmissão cultural que ocorre de imigrantes brasileiros para seus filhos, nascidos nos Estados Unidos ou levados para lá ainda crianças. Aqui podemos entender o processo da mimesis e de conhecimento através das comidas e das festas a partir de Taussig. Tendo como base a obra de Benjamim (1979), o autor argumenta que toda forma de conhecimento é corporal e sensorial, pois no ato de imitação há uma compreensão do “outro” que se processa através dos corpos.

Através deste conhecimento, ocorrem também (re)produções de alteridade. A antropóloga Elsje Lagrou (1998) nota que a percepção estética ou sensorial é usada como marcador de diferenças entre grupos sociais. Estes se diferenciam, de acordo com a autora, a partir do que gostam, coerentes com seus entendimentos sobre estética e gosto, que estão relacionados a valores e julgamentos. Portanto, percepções

sensoriais – como gosto, cheiro e sons – são passíveis de críticas por outros grupos e tornam-se fundamentais para a construção de identidades sociais.

Antes de tratar sobre as especificidades de algumas festas, discorrerei sobre a sazonalidade do consumo. As divisões temporais tornam-se importantes para compreender a frequência das reuniões sociais, além do consumo relacionado a elas, como demonstro a seguir.

### ***3.1. Tempos de festa: inverno e verão***

Cheguei a Boston para realizar meu trabalho de campo em maio de 2009, primavera no hemisfério norte. Desde minha chegada, muitos imigrantes contaram-me sobre as dificuldades do inverno e, mais especificamente, da neve. Embora vários interlocutores me falassem sobre as belezas do inverno, logo narravam suas inconveniências: o frio intenso, as dificuldades de locomoção, os perigos em dirigir em estradas congeladas e escorregadias – envolver-se em acidentes de trânsito pode significar problemas com a Imigração para os imigrantes indocumentados. Logo percebi que as distinções entre inverno e verão, ou período de frio e calor, respectivamente, eram bastante importantes para dar conta da experiência narrada por imigrantes brasileiros em Boston.

No período de aproximadamente maio a setembro, o período do verão, as pessoas diziam estar mais dispersas. É o período das férias escolares e de se ir às praias na região. Durante este período, o público nas Igrejas é bastante limitado. Na Igreja Batista, os almoços aos domingos tinham sido suspensos até o início do frio, quando a Igreja voltou a ficar cheia. Meus interlocutores disseram-me sobre a tristeza e a depressão que sentem durante o inverno, principalmente quando a paisagem começa a ficar branca devido à neve. Se a saudade é constante durante todos os meses do ano, ela se intensifica neste período. Mas é neste momento em que ocorrem com mais frequência os encontros coletivos, com encontros em casas, como almoços e jantares.<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> Alguns trabalhos que os imigrantes realizam na Grande Boston também sofrem variações sazonais. No inverno, as *housecleaners* têm mais oferta de trabalho, pois, no verão, durante as férias escolares, as famílias mais abastadas costumam viajar e não contratam faxineiras. Já os

As (in)conveniências do frio e, principalmente, da neve do inverno podem também ser pensadas de formas diferenciadas de acordo com a inserção e o *status* migratório dos brasileiros que vivem na região da Grande Boston. Conheci muitos deles que vivem em situação legal no país, a maioria com tempo de permanência superior a dez anos, que me disseram apreciar os períodos de inverno. Em geral, estes brasileiros possuem lazeres diferenciados daqueles com situação econômica e capital cultural mais desfavorável, como praticar esqui na neve em estados próximos a Massachusetts. Jonas, que possui cidadania norte-americana, disse-me que as pessoas ficam depressivas no inverno porque “não querem curtir”: “Ficam em casa, aí vem o tédio e a depressão.” Para ele, “essa diversificação de estações tira você do tédio, tira você do sério, porque renova.” Segundo Jonas, “se a pessoa tem uma certa cultura, ela não tem esse problema [depressão] aqui.”

O verão é o tempo dos churrascos ao ar livre nas casas dos brasileiros em momentos de folga, especialmente aos domingos. Jonas, por exemplo, tem duas churrasqueiras: uma nos fundos da casa e tem uma portátil na pia da cozinha. A churrasqueira é de carvão, mas de espeto, e uma pequena é a gás. Segundo ele, os churrascos entre brasileiros são mais comuns em Boston do que em Minas Gerais, de onde migrou, e para onde retorna pelo menos uma vez a cada dois anos. Jonas sugere que em Boston os churrascos também ocorram em casas de pessoas que menor poder aquisitivo, ao contrário do Brasil, onde seria mais comum em camadas médias e altas.

“aqui no verão é churrasco quase todos os dias. (...) é mais rápido, é mais prático, você convida um, convida outro, cada um traz um negocio, é assim... você não fica preso ali. Você chega no Brasil, você vai fazer um churrasco, é até curioso... ninguém tem churrasqueira direito... pelo menos, eu to falando da minha experiência. Aí quando eu vou lá, eles já sabem... as casas do pessoal de poder aquisitivo maior, já tem uma churrasqueira montada, de tijolinho, mas assim, na média, baixa, não é típico... ‘ah, acho que fulano tem uma churrasqueira’.”

Nos churrascos em Boston, são preparadas carnes e linguiças. Estes são comprados, mais recorrentemente, em açougues brasileiros. Como mencionei anteriormente, os açougues brasileiros vendem carnes

---

imigrantes que fazem serviços de jardinagem (*landscaping*) encontram ofertas de trabalho somente no verão, já que no inverno os jardins das casas ficam cobertos de neve.

com “corte brasileiro”, que seria diferente do “corte americano”.<sup>108</sup> Já as lingüiças brasileiras também são diferenciadas, principalmente em relação ao sabor. Desconhecendo este fato, cometi uma gafe em um dos churrascos que participei organizado por colegas brasileiros, e com participação de norte-americanos, do Centro do Imigrante Brasileiro. Como ficou combinado entre os colegas, cada participante deveria levar um pedaço de carne ou lingüiça para ser assado na churrasqueira e partilhado entre os convidados. Devido aos compromissos do trabalho de campo e minhas dificuldades de locomoção por não ter carro, não pude comprar carne em um açougue brasileiro. Então, resolvi levar lingüiça italiana, comprada em um supermercado norte-americano de fácil acesso. Embora o anfitrião tenha me dito, educadamente, que eu tinha feito uma boa compra, após preparada, a lingüiça italiana foi servida juntamente com a brasileira, com a recomendação de que experimentássemos ambas. O alvo principal desta experimentação eram os norte-americanos, e o objetivo era ressaltar a superioridade do sabor da comida brasileira.

Se as carnes podem ser compradas com “cortes brasileiros”, o mesmo não se pode dizer das churrasqueiras. Assim como uma grande variedade de comidas consumidas pelos brasileiros, o churrasco “é bom, mas não é igual ao do Brasil”. Segundo meus interlocutores, isso se deve à falta de churrasqueiras a carvão e com espetos. Nas churrasqueiras norte-americanas, a gás, a carne é preparada em chapas ou grelhas. Conheci a esposa de um brasileiro que trouxe do Brasil uma churrasqueira a carvão, com espetos. Apesar da falta de uma “churrasqueira brasileira” não impedir a realização dos churrascos, ela altera os prazeres sensoriais deste momento de comensalidade. Além disso, altera a forma de preparo, que requer conhecimento diferenciado, incorporado na materialidade das churrasqueiras.

Os relatos de meus interlocutores e minhas observações sobre a vida social dos imigrantes nos períodos de verão e de inverno lembravam-me as descrições de Marcel Mauss em seu “Ensaio sobre as variações sazonais nas sociedades esquimós”, de 1906. Ao analisar as sociedades esquimós, Mauss conclui que “a vida social não se mantém no mesmo nível nos diferentes momentos do ano, mas passa por fases

---

<sup>108</sup> Entre os tipos de corte bovina norte-americanos, estão: *chuck* (acém), *brisket* (peito), *rib* (costela), *plate bottom sirloin* (corresponderia às carnes abaixo das costelas, como agulha e fraldinha), *short loin* (alcatra), *flank* (vazio), *sirloin* (lombo), *top sirloin* (contra-filé), *tenderloin* (filé-mignon), *round* (carnes da parte dianteira, como lagarto, coxão de fora, coxão de dentro, etc), *shank* (músculo traseiro). Observo que estas traduções não são exatas, mas aproximadas, pois os cortes norte-americanos diferem dos brasileiros.

sucessivas e regulares de intensidade crescente e decrescente, de repouso e de atividade, de dispêndio e de reparação” (2003: 501). Deste modo, no inverno e no verão “a forma do agrupamento muda, vemos a religião, o direito e a moral transformados do mesmo modo” (2003: 503). Para Mauss, “o movimento que anima a sociedade é sincrônico ao da vida ambiental” (2003: 473).

Mauss esclarece que seus estudos são bastante diferenciados das abordagens teóricas do determinismo biológico, que entendem que o ambiente determina o modo como a morfologia social se apresenta de formas distintas nas duas estações (de frio e de calor). Às análises de Mauss sobre as variações da vida social, podemos incluir observações sobre o consumo dos sujeitos de pesquisa. Em uma abordagem que considera a capacidade dos bens de se prestarem a símbolos que fazem parte de um sistema de comunicação, Douglas e Isherwood analisam a periodicidade do consumo. Para estes autores, a frequência com que consumimos os bens apresenta uma correlação com hierarquias e *status* social. Neste sentido, os consumidores não são apenas possuidores de bens, como também operam um padrão de periodicidade. Eles destacam que a comida pode oferecer uma discriminação detalhada da periodicidade. “A comida pode discriminar os diferentes períodos do dia, e um dia do outro; assim como pode distinguir os eventos anuais, pode também distinguir os eventos da existência, como funerais e casamentos” (Douglas e Isherwood 2006: 173).

No entanto, mais do que servir como marcadores de periodicidade, como coloca Appadurai, “o consumo cria o tempo, e não apenas responde a ele” (1996: 70; tradução minha).<sup>109</sup> Segundo o autor, quando a repetição do consumo parece ser determinada por sazonalidades universais ou naturais – o autor se refere aos ritos de passagens, como a puberdade, mas podemos pensar, neste caso, também nas estações de frio e de calor – é preciso considerar também o movimento contrário, no qual as sazonalidades do consumo podem determinar o estilo e a significação das denominadas passagens “naturais” (2005: 70). Para Appadurai, as periodicidades de consumo não constituem apenas marcadores simbólicos de eventos “naturais”, mas se constituem na principal significância destes eventos. Conclusão semelhante é feita por Moeran e Skon em pesquisa realizada no Japão. Para os autores, as mudanças de estação são associadas a ciclos de consumo e a imagens, como as do Monte Fuji e do florescimento de

---

<sup>109</sup> Tradução do original em inglês: “(...) consumption creates time and does not simply respond to it”. (Appadurai 1996: 70)

cerejeiras, são usadas como estratégias de mercado para persuadir as pessoas a comprarem determinados produtos (Moeran e Skov 1997: 189). Neste sentido, a vida social dos brasileiros em Boston e o consumo que a acompanha (como os churrascos e os almoços em igrejas), não são apenas decorrências das estações do ano, mas participantes da constituição e da significação das mudanças “naturais”.

Ainda que alguns eventos sejam característicos de determinadas estações do ano, outros ocorrem em (e constituem) diferentes periodicidades. É o caso de comemorações que marcam datas festivas, como os aniversários. Detenho-me sobre estas festas nas próximas páginas.

### **3.2. Festas de aniversário**

Minha participação em festas de aniversário de crianças e adultos em Boston, diferentemente de outras ocasiões festivas, ocorreu a partir de meus laços de parentesco: minha inserção em uma rede de amigos na qual minha irmã, meu cunhado e minha sobrinha, então com três anos de idade, faziam parte. O aniversário de um ano de idade de minha sobrinha, que contou com 90 convidados, rendeu convites para festas de diversas crianças destas redes de amigos nos anos seguintes. Como mostra Clarke, há um efeito bola de neve na formação de um circuito de festas, que se forma nos momentos em que se organiza e se participa de uma festa de aniversário (Clarke 2007: 267). Concordo também com a autora de que as festas infantis são raramente organizadas como expressões únicas das relações entre pais e filhos, pois fazem parte da socialidade na qual as redes de crianças e presentes transitam em círculos de reciprocidade (Clarke 2007: 266). O convite e a participação em uma festa geram a ação obrigatória da retribuição do convite na organização de uma festa futura, tal como formulada a teoria do dom por Mauss (2003).

Também de acordo com Clarke, as festas de aniversários de crianças, além de se constituírem em marcadores de idade e passagem do tempo, também são um gênero de consumo, o que pode ser evidenciado através da apropriação de comidas, decoração e outras formas de cultura material (Clarke 2007). As festas de filhos de imigrantes brasileiros em Boston são decoradas com temas de desenhos animados infantis, como Barbie, Homem Aranha, Dora, *The*

*Explorer*,<sup>110</sup> entre outros, que fazem parte das imagens das indústrias do entretenimento que circulam globalmente (Appadurai 1996, 1999). Estes motivos – estampados na decoração do bolo, em copos, guardanapos e toalhas de mesa – são comuns às festas de aniversário de filhos de norte-americanos, e podem ser comprados em grandes lojas de departamento.

O local da festa varia de acordo com as condições financeiras dos imigrantes e o número de convidados. Algumas festas acontecem em salas próprias para festas que são alugadas pelos imigrantes. Outras ocorrem nas casas e nos apartamentos onde moram os imigrantes, e fui ainda a uma festa realizada em um salão de uma igreja evangélica freqüentada pela família da criança aniversariante. É interessante observar que, principalmente nos casos em que a festa é realizada em locais pagos, os convites contêm a hora de início e também a de término do evento, o que é incomum em festas de aniversário (e de outras comemorações) que são feitas no Brasil. Os brasileiros, apesar de estranharem esta diferença, passam a adotá-la, especialmente pelas exigências dos contratos de locação das salas.

**Gula Brasil BOLOS DE NOIVA**

**ENCOMENDE BOLOS, SOBREMESAS, Salgadinhos e Docinhos PARA TODAS AS OCASIÕES**  
[www.gulabrasil.com.br](http://www.gulabrasil.com.br)  
 42 Clinton St - Everett, MA

Horário:  
 Quarta e Sexta: Meio Dia até 6PM  
 Sábado: 9AM até 6PM  
 Domingo: 9AM até meio-dia  
 Outros dias marcar horário  
 ORKUT: Bolos Gula Brasil

<b>Festa 100 Pessoas</b> Bolo, 500 salgadinhos e 300 docinhos <b>\$490.00</b>	<b>Festa 25/30 Pessoas</b> Bolo, 200 salgadinhos e 100 docinhos <b>\$185.00</b>
<b>Festa 50/60 Pessoas</b> Bolo, 300 salgadinhos e 150 docinhos <b>\$287.00</b>	<b>Festa 15/20 Pessoas</b> Bolo, 150 salgadinhos e 100 docinhos <b>\$147.00</b>

**781.592.7962 | 617.852.7459**

Anúncio veiculado em jornais brasileiros de empresa de brasileiros que oferece bolos e outras comidas para festas realizadas pelos imigrantes.

O horário de início da festa também marca diferenças em relação a participantes de outras origens étnicas. As festas de aniversário de brasileiros são freqüentadas majoritariamente por brasileiros, mas algumas delas contam com convidados norte-americanos ou de outras nacionalidades, particularmente os chefes e colegas de trabalho mais íntimos. Os horários do início da festa que constam nos convites para

<sup>110</sup> Dora, *The Explorer*, é um desenho animado bastante popular entre as crianças nos Estados Unidos. Trata-se de uma menina de sete anos de idade de origem hispânica, que passa por aventuras acompanhada por um macaquinho. A versão original, em inglês, ensina, em meio às aventuras da menina, algumas palavras em espanhol para as crianças. Assim como outros desenhos animados, as imagens dos personagens estampam uma série de produtos destinados às crianças, como brinquedos, cadernos, mochilas etc.

brasileiros são, em geral, uma hora antes do horário de chegada dos convidados desejada por quem está dando a festa. Como me explicaram, isto garante que os brasileiros, que costumam chegar atrasados – uma hora depois da hora do convite – cheguem no horário previsto pelo organizador. Os convites para americanos, por outro lado, contém o horário com uma hora depois da prevista para brasileiros, impedindo que estes cheguem adiantados ao início da festa, pois estes costumam ser pontuais na chegada.

As festas de aniversário nas quais os brasileiros realizam os maiores gastos são, sem dúvida, as que celebram o primeiro ano de vida das crianças. Nestas, a decoração costuma ser mais imponente; o número de convidados, maior. Estas festas apresentam-se como formas de apresentação social da criança, e são perceptivelmente direcionadas a adultos (embora haja também a presença de crianças), que fazem parte das redes de relações da família do aniversariante. Nestas festas, as comidas são mais próximas às encontradas em festas infantis realizadas no Brasil: bolo, docinhos e salgadinhos. Os bolos são recheados, decorados com a mesma decoração da festa, e alguns deles contém o nome do aniversariante. Os docinhos são, principalmente, brigadeiros e outros preparados com leite condensado, como beijinho. Os salgadinhos são pastéis, empadinhas e risoles, mas também encontram-se em algumas festas pequenos sanduíches e cachorro-quente.

Embora não se constitua em um padrão de todas as festas, na maioria delas é servido um jantar ou almoço, dependendo do horário. Entre as comidas, estão arroz, maionese ou salpicão, farofa e carne, geralmente assada – semelhante à comida especial preparada nos almoços de domingo (Woortmann 1986). Em algumas destas festas não há salgadinhos, mas apenas o bolo e docinhos. Nas festas de aniversário de adultos, geralmente há comida do jantar ou almoço e um bolo. Em um dos aniversários em que participei, a comida do jantar foi encomendada em restaurantes brasileiros, e o bolo, docinhos e salgadinhos foram comprados em padarias brasileiras. Há também festas na qual a comida, toda ou parte dela, foi preparada pela família do aniversariante, ou ainda com a participação de amigos, principalmente na preparação dos numerosos docinhos.

Após o aniversário de um ano, os formatos das festas variam. Esta variação depende, em grande parte, do círculo de relações nas quais a criança está inserida. À medida que a criança passa a frequentar escolas – a maioria frequente escolas norte-americanas – os locais e as comidas das festas sofrem mudanças. Algumas festas infantis são realizadas em escolas, para facilitar a presença dos colegas de classe.

Outras são feitas em locais próprios para festas, com grandes brinquedos, como escorregador, balanços, e alguns eletrônicos, como *videogames*. Nestas festas, são introduzidas outras comidas que raramente estão presentes nas festas de aniversário de brasileiros, como pizzas, *cupcakes* e *hot dogs*, apesar de algumas delas também terem docinhos e salgadinhos.

Quando as festas são realizadas nas escolas ou nestes espaços visando a presença de colegas de classes brasileiros e norte-americanos, frequentemente é realizada uma outra festa para a participação de familiares, parentes e amigos mais próximos. Esta outra festa é geralmente um almoço ou jantar, no sábado ou domingo próximo ao aniversário da criança, com comidas, como as citadas acima, além de bolo e doces. Foi como me explicou Monica, avó de um menino de quatro anos nascido nos Estados Unidos: “Um e dois anos foi muita festa. Bolo, torta, muito doce... Três anos já foi num lugar que ela só leva o bolo, a pizza e o suquinho (naquele lugar, pra brincar). E à noite é feita a festa em casa. Bolo, doce, aí vem as crianças outra vez, e os adultos.”

As festas de aniversário constituem, portanto, eventos de socialização dos filhos. Segundo Otnes e al., as mães se utilizariam de roteiros, performances e artefatos rituais das festas infantis para ensinar às crianças sobre conhecimento geral, valores e comportamentos específicos necessários para a participação bem-sucedida neste ritual (Otnes e al. 1995 apud Clarke 2007: 270-271). Segundo os autores, que realizaram pesquisa na América do Norte, alguns destes atos de socialização envolviam ensinar às crianças que certos temas comerciais de festas, considerados agressivos, são inaceitáveis. O que vemos em relação aos brasileiros é que as festas de aniversário de seus filhos os inserem nas – e evidenciam as – redes de sociabilidade que são fundamentais para a vida das crianças, privilegiando tanto as redes de amizade formadas no ambiente escolar, onde há a presença maior de norte-americanos, quanto as redes de parentesco, composta por familiares e parentes brasileiros. Nestas festas, a comida varia de acordo com os convidados que são esperados.

As muitas fotografias feitas nestas festas são rapidamente postadas em *sites* de relacionamento, principalmente Orkut, popular entre os brasileiros. Esta postagem é feita no dia seguinte ou poucos dias depois da festa ou, como presenciei, até mesmo no dia do evento. Esta urgência na postagem das imagens está, na maioria das vezes, relacionada aos familiares e parentes no Brasil. Através delas, estas

pessoas tomam conhecimento (se não participam) da celebração do aniversário de seus sobrinhos, primos ou netos.

As comidas das festas de aniversário variam, como descrevi anteriormente, com a idade da criança e as redes de relacionamentos que estas vão formando nas escolas. Mas o que acontece quando a criança já está inserida, desde o nascimento, em redes de relações com brasileiros e norte-americanos? Fui à festa de aniversário de um ano de idade de Adam, fruto da união de uma brasileira, atendente de uma rede de *fast food*, e um policial norte-americano. Na festa, realizada na casa do casal, havia uma divisão evidente entre os espaços ocupados por brasileiros e pelos norte-americanos. Na sala, havia a mesa decorada com balões e enfeites temáticos da Arca de Noé, com o bolo e algumas balas. Nesta sala, estavam os parentes do pai da criança. Já na cozinha, onde se concentravam os brasileiros, estava a mesa com docinhos (brigadeiros, beijinhos e outras variações) e alguns *cupcakes*. Já no *deck*, na parte externa da casa, o tio norte-americano da criança preparava *hot dog* americano, com pão e lingüiça assada. O “Parabéns pra você” foi cantado em inglês e, posteriormente, em português.

Um fato comum a todas as festas de aniversário nas quais freqüentei foi o fato dos convidados levarem doces e pedaços de bolo, ou até mesmo porções da comida do almoço ou jantar, para a casa. Isto é bastante comum também em festas de aniversário realizadas no Brasil. O que me surpreendeu bastante foi observar que os participantes, ainda no meio da festa, muito antes do término da festa ou de deixarem o local, reservavam docinhos em um copo plástico para levarem para casa. Por vezes, isto gerava uma disputa pelos docinhos, que acabavam rapidamente devido a esta prática. Pela freqüência em que vi isto acontecendo, parecia-me constituir em algo aceitável e compartilhado pelos convidados e pela família que oferecia a festa. Estes docinhos, segundo meus interlocutores, eram direcionados para os familiares que não puderam ir à festa, principalmente por estarem trabalhando. Desta forma, o consumo da comida compensava a ausência na festa.

As festas de aniversário são momentos de comensalidade. O comer junto, como apontam diversos autores, conforma e reforça laços sociais. Como afirma Klaas Woortmann (2006), a comida não alimenta apenas corpos biológicos, como também “alimenta” e produz relações sociais. No entanto, de acordo com minhas observações e participação em festas de brasileiros em Boston, a comida que é servida e consumida apresenta um aspecto importante nestes eventos: o compartilhar a comida, assim como o que é compartilhado, estão interligados. A escolha sobre qual comida servir – como *cookies* e *hot dog*, ou os

docinhos e salgadinhos – evidenciam que estes quitutes estão direcionados aos convidados a que se destinam, sejam estes os brasileiros com saudades dos brigadeiros, ou as crianças norte-americanas acostumadas às festas celebradas com pizzas. Neste sentido, a materialidade da comida, com sua sensorialidade – e não apenas o comer junto – tem papel preponderante na interação social nos momentos de festividade.

### ***3.3. Celebrações “nacionais”: Festival da Independência e Festas Juninas***

Afirmo, no início deste capítulo, que as festividades são momentos propícios para o encontro interétnico. A historiadora Donna Gabaccia conclui que os festivais de comidas étnicas apresentam o objetivo de comunicação da “minoría”, os grupos étnicos, com o *mainstream* da sociedade (Gabaccia 1998: 193). Nas festas em que participei, nas quais havia a presença de norte-americanos – facilmente identificados em meio aos brasileiros devido ao fenótipo – estes eram constantemente observados pelos brasileiros, principalmente quando comiam a “comida brasileira”. Este consumo era comentado com certo orgulho e com afirmações sobre a superioridade da “comida brasileira”. Através deste consumo, os imigrantes apresentavam, de certo modo, que eram aceitos pelos norte-americanos e como se fosse estabelecido um canal de comunicação entre duas culturas.

Baseado no conceito de “intertextualidade cultural” de Bruce Albert (1995b), Ribeiro considera que as festas são momentos estratégicos que compreendem um processo dialógico através do qual é expressa a etnicidade (Ribeiro 1998a). Albert considera que esta intertextualidade cultural é formada tanto pelos discursos e retóricas pelas quais o grupo dominante constrói os “outros” (o autor centra sua análise no contexto do contato interétnico entre “brancos” e “índios”), quanto da autodefinição que estes últimos fazem deles mesmos. Deste modo, a autorepresentação dos grupos étnicos seria resultado da intersecção da imagem que eles apresentam do “outro” quanto da sua própria imagem espelhada no “outro” (Albert 1995b).

Analisando a celebração do Dia da Independência do Brasil realizado em San Francisco, na Califórnia, Ribeiro descreve que características típicas de cerimônias oficiais. Estas também estão

presentes no Festival da Independência do Brasil em Boston, como o hasteamento da bandeira brasileira e execução do hino nacional na prefeitura da cidade. Neste sentido, símbolos e rituais próprios do Estado-Nação elaboram a idéia de pertencer a uma nação (Ribeiro 1998a: 9). Esta “cerimônia cívica”, no entanto, é acompanhada por poucos norte-americanos (restringiam-se a autoridades políticas da cidade, como representante do prefeito) e poucos brasileiros, como lideranças da comunidade e os organizadores – Grupo da Mulher Brasileira, com o apoio do Consulado Brasileiro e do *Massachusetts Alliance of Portuguese Speakers* (MAPs)<sup>111</sup> e o patrocínio da *Western Union*, empresa que realiza remessas de dinheiro em quase 200 países e, por isso, tem interesse em atividades de grupos migrantes. A participação de brasileiros ocorre de modo mais efetivo no festival ao ar livre, que ocorre no *Artesani Park*. Lá, há atividades para as crianças (passeio de pônei, brincadeiras com balões, desenhos e pinturas no rosto), mesas com informações sobre saúde e outros assuntos (por exemplo, sobre a cooperativa de *housecleaners* do Grupo da Mulher Brasileira, que promove o uso de materiais “ecologicamente corretos” na limpeza de casas, informações sobre aulas de português para filhos de brasileiros, entre outras), exposições de artistas brasileiros, como pintores e músicos (principalmente, samba) e apresentações de capoeira. Durante toda a semana, há ainda apresentações de filmes brasileiros em diferentes locais da Grande Boston.

A comida “típica” tem um lugar de destaque no festival ao ar livre. As barracas são de proprietários brasileiros acostumados a vender comidas em festas brasileiras, e de um restaurante churrascaria, que vendia prato com churrasco, arroz e salada. Este mesmo restaurante destinava uma barraca especialmente voltada aos norte-americanos, com a venda de *hamburgers* e *hot dogs*. Havia também uma barraca de comidas da cooperativa de *housecleaners* que vendia comidas como

---

<sup>111</sup> O Grupo da Mulher Brasileira (*Brazilian Women's Group*) é uma organização não-governamental fundada em 1995 pelo *National Institute of Safety and Health* (NIOSH) em parceria com a *Tufts University*, *Boston Women's Fund*, *Resist* e *University of Massachusetts Lowell*. A ONG realiza diversas atividades voltadas principalmente para as mulheres brasileiras na Grande Boston, como aulas de inglês e informática, seminários e debates sobre direitos dos imigrantes, violência doméstica e saúde. Conta com o apoio do MAPs (*Massachusetts Alliance of Portuguese Speakers*), uma organização privada sem fins lucrativos voltada para populações de língua portuguesa em Massachusetts – principalmente brasileiros, cabo-verdianos e portugueses, que oferece cursos e promove eventos sobre saúde, educação e oportunidades econômicas, entre outros. Criado na década de 1970, o MAPs era composto principalmente por imigrantes portugueses, que antecederam o fluxo de brasileiros no nordeste dos Estados Unidos. Esta situação se inverteu ao longo das décadas, e hoje, na maioria de suas atividades, a presença de brasileiros é predominante.

forma de arrecadar dinheiro para atividades do grupo. Entre estas comidas, estavam mingau de milho verde, milho cozido, salada de frutas, sanduíche natural e pamonha. Esta última rapidamente se esgotou, em menos de uma hora de festa. A grande procura era justificada pela dificuldade em se preparar pamonha na região. Minhas interlocutoras me explicaram que o milho “norte-americano” era mais doce que o brasileiro e não tinha consistência suficiente para preparar o quitute. Duas *housecleaners* encontraram “milho brasileiro” em uma fazenda localizada a uma hora de carro de Boston, que o produz uma vez ao ano. A fila de espera para comprar “churros do Brasil” também era grande. Além destas comidas, era vendida ainda uma grande diversidade de comidas, como churrasquinho, cachorro-quente *self-service* (com opções como vinagrete, milho, ervilha etc.), macarrão na chapa, cocada, acarajé, empadão, torta de camarão, torta de frango, torta de bacalhau, bolos, caldo de cana e coquetéis de frutas (*fruit cocktails*) em uma barraca chamada “Porto Seguro”.



Barracas de churros e cachorro-quente no Festival da Independência do Brasil em Boston

O Festival também é uma oportunidade de negócios para distribuidores de produtos brasileiros. Em uma das barracas, eram mostrados e vendidos pacotes de fubá, polvilho azedo, polvilho doce, sal grosso, feijão preto, feijão carioquinha, milho de pipoca, canjica

amarela, canjica branca e feijão branco Jasmine (o mais consumido entre meus interlocutores).



Barraca com caldo de cana e outros produtos de uma empresa importadora brasileira



Espeto de frango assados em “churrasqueiras norte-americanas” no Festival da Independência em Boston

Há repercussões do festival na imprensa local – brasileira e nos principais jornais de Boston, corroborando as afirmações de Ribeiro (1998a) de que estas festas difundem imagens do Brasil e dos brasileiros nos Estados Unidos. Em entrevista ao *site* de notícias locais, a presidente e co-fundadora do Grupo da Mulher Brasileira explicou que o maior objetivo do festival era o de fortalecer a comunidade de brasileiros no estado de Massachusetts, além de aproximar a segunda geração de brasileiros às raízes brasileiras. De fato, o maior público do festival é de brasileiros, ainda que os convites para o evento sejam bilíngues (português e inglês). Neste sentido, a festa aparece como “congregador da população migrante em sua diversidade, que sejam imediatamente funcionais para o estabelecimento de redes de

solidariedade ou para a formação ampla de um sentido de “comunidade imaginada” em um contexto de relações interétnicas” (Ribeiro 1998a: 3). Ainda que haja este aspecto congregador, a heterogeneidade – sotaques, modos de falar e fenotípi, como cor da pele – dos brasileiros é sempre percebida e destacada nos comentários e conversas informais dos participantes destes eventos.

As festas juninas também congregam a população migrante em sua diversidade, utilizando símbolos comuns a praticamente todos os brasileiros: música (forrós e músicas sertanejas), quadrilha, fogueira, bandeirinhas e comidas “típicas”. Organizadas pelas igrejas católicas da Grande Boston,<sup>112</sup> elas acontecem com hora marcada – a de início da festa e a de encerramento, por exigências das normas de segurança das prefeituras. A festa junina de Everett (anúncio na imagem à esquerda), por exemplo, aconteceu das cinco da tarde às onze da noite. Nesta festa junina, assim como na de Allston, boa parte da comida acabou antes do final da festa: na primeira, por volta das dez da noite; na segunda, ainda antes das nove horas.

A comida é preparada principalmente por voluntários ligados às igrejas, e o dinheiro arrecadado é usado em atividades destes grupos. Estes voluntários têm que lidar também com a rigidez da fiscalização sanitária de fiscais da prefeitura de Boston, com

o uso de luvas, aventais e toucas, além de normas específicas para o armazenamento das comidas. Estas eram variadas e faziam parte do repertório culinário das festas, compartilhados pelos brasileiros, com poucas variações: churrasquinho, milho verde, cachorro quente, canjiquinha (doce), canjição (caldo salgado), pipoca, amendoim, pastel, quentão e doces. Assim como os voluntários, os participantes das festas também tinham que obedecer as leis locais e lidar com a rígida fiscalização: o quentão e outras bebidas alcoólicas poderiam ser



<sup>112</sup> As festas juninas nas comunidades católicas de Massachusetts são realizadas em Somerville, Everett, Framingham, Allston, East Boston, Leminster, Woburn, Lowell, Cambridge, Worcester, Rockland, Stoughton, Plymouth, Peabody e Marlboro. As festas realizadas nas cinco primeiras cidades citadas são consideradas as maiores e as que recebem o maior número de pessoas.

consumidas apenas no espaço da festa, não podendo ser levada para as ruas, o que era constantemente lembrado pelos organizadores aos participantes, sob a pena da festa ser cancelada pela polícia.

Tanto no festival da independência quanto nas festas juninas, um conjunto de elementos forma um ambiente sensorial que remetem ao Brasil ou à brasilidade: o apelo visual da decoração, a sonoridade da música e os sabores e cheiros das comidas. Esta última é uma das maiores preocupações dos organizadores das festas e uma das grandes expectativas do público, ainda que “não sejam iguais às do Brasil”, caracterizando-se como mimesis (Taussig 1993). Nas duas festas, muitas comidas esgotaram-se rapidamente, e não eram compradas apenas para serem consumidas na hora – vários participantes levaram quitutes para casa, para consumo próprio e para aqueles que não puderam comparecer à festa. Uma de minhas interlocutoras, ao comprar e sentir o cheiro de um pastel de carne na festa junina me confidenciou: “isso me dá saudade”.

### **3.4. *Religião e Comida: Comensalidade em Igrejas***

Uma antropóloga ou um antropólogo que etnografa imigrantes brasileiros nos Estados Unidos, principalmente no Estado de Massachusetts, dificilmente escaparia das igrejas brasileiras, ou as que oferecem missas e cultos em português. A presença destas igrejas é marcante na paisagem de muitas *cities* e *towns* onde os brasileiros se concentram (Marcus 2009), mas é também perceptível nos meios de comunicação étnicos, como rádios e jornais impressos. Elas são ainda assuntos recorrentes nas conversas entre brasileiros, evidenciando que fazem parte do cotidiano de muitas destas pessoas. Além de serem destinadas à prática religiosa, as igrejas oferecem seus espaços físicos para a realização de diversos eventos não-religiosos, como reuniões de militantes em prol da reforma migratória, *workshops* sobre alimentação e saúde, reuniões de comitês para realização de aulas de português para filhos de brasileiros, vacinação da comunidade contra o vírus H1N1 etc. As Igrejas Católicas das comunidades de Everett, Allston e Framingham apresentam Centros Comunitários que prestam assistência social aos imigrantes brasileiros.

As Igrejas também se tornam lugares privilegiados para os antropólogos que pesquisam as relações entre comida e religião. Como apontam estudos antropológicos clássicos, cosmologias religiosas

apresentam prescrições e proibições sobre o que se deve ou não comer e sobre como, com quem e quando comer [ver, por exemplo, o estudo de Mary Douglas sobre o Levítico (1966)]. No caso específico das práticas alimentares de imigrantes brasileiros em Boston, as Igrejas chamam a atenção pela realização frequente de refeições (almoços, jantares, cafês da manhã) e festas onde as comidas apresentam papel fundamental, como mostrarei mais adiante.

A atuação de Igrejas junto a imigrantes e seu papel no fluxo migratório também têm sido tema frequente de pesquisas sociológicas e antropológicas. A religião acompanha o processo migratório, como apontam Portes e Rumbaut (2006). Segundo os autores, a religião ajuda os imigrantes a superar os traumas da partida e o início do estabelecimento, proteger os imigrantes contra discriminação e ataques externos e “suavizar” a aculturação no novo meio. Ainda de acordo com estes autores, apesar de não determinar os modos de incorporação, as ações de comunidades religiosas podem afetar a influência destes fatores.

O significado da religião é analisado por Portes e Rumbaut, estudiosos de grupos migrantes, a partir das obras clássicas de Durkheim e Weber. A partir destas perspectivas teóricas, os autores entendem que a religião é compatível com o papel da sociabilidade em evitar os perigos da anomia e sustentar a coesão moral e controles normativos, como concluem os estudos clássicos de Durkheim. Além disso, seguindo teoria formulada por Weber, Portes e Rumbaut destacam que a convicção religiosa tem papel importante em guiar a ação humana e promover grandes processos de mudança, e observam que há consequências econômicas não esperadas da crença religiosa em nível individual e coletivo.

Unindo estas duas perspectivas sociológicas clássicas, Hirschman (2007) resume a função da religião para os imigrantes em três palavras: refúgio, respeito e fontes.<sup>113</sup> O primeiro refere-se à proteção e conforto proporcionados aos recém-chegados, que enfrentam o estágio traumático do estabelecimento em um novo país. O segundo seria compatível com a perspectiva durkheimiana da anomia: a religião protegeria os imigrantes da perda de orientação normativa e do sentido de autovalor.<sup>114</sup> Já o último está relacionado às consequências

---

<sup>113</sup> Em inglês, o autor refere-se a três Rs: *refuge, respect and resources*.

<sup>114</sup> De forma semelhante, Tedesco (2010) sugere que a religião tende a proporcionar mais coesão e segurança aos imigrantes. Entrevistando imigrantes brasileiros em igrejas neopentecostais e evangélicas na Itália, o autor aponta que seus sujeitos de pesquisa vêm as

econômicas da filiação religiosa apontada por Weber – neste sentido, constitui uma fonte de recursos para recém-chegados que reafirmam suas crenças religiosas ou estão à procura de uma.

Os Estados Unidos são um país onde há uma grande variedade de instituições religiosas, o que foi apontado por Portes e Rumbaut (2006) como uma consequência da interrelação entre fé e processo de incorporação de imigrantes provenientes de diversas partes do mundo. Freston (2008) lembra, no entanto, que a grande maioria destes imigrantes são cristãos, e em menor número hindus, muçulmanos ou budistas. Neste sentido, o fluxo de imigrantes tem levado a uma pluralização de variantes cristãs, e não propriamente a uma pluralização de religiões de uma forma geral.

A presença de igrejas evangélicas entre brasileiros é uma das características mais visíveis deste movimento migratório. O número de brasileiros evangélicos em Massachusetts – cerca de 13% - é proporcionalmente maior do que no Brasil. Ainda assim, a maioria desta população é católica, sendo que 35% dela autodenomina-se “não-praticante”, o que compõe um traço da prática do catolicismo também no Brasil (Freston 2008).

A pesquisa feita por Freston em 2006 aponta que há nos Estados Unidos em torno de 800 Igrejas Protestantes brasileiras.<sup>115</sup> Segundo o autor, em geral, a Igreja Católica encontra na diáspora dificuldade similar a que tem no Brasil em acompanhar os movimentos populacionais. O autor afirma que o Catolicismo tem dificuldades em periferias urbanas e em regiões agrícolas de fronteiras, precisamente os locais onde ocorrem grande parte dos movimentos populacionais (Freston 2008: 263).

Como Freston (2008) mostra, embora alguns brasileiros pratiquem sua religiosidade em contextos não-brasileiros, a maioria dos imigrantes vai a cultos ou missas destinadas a brasileiros. A presença de igrejas católicas portuguesas precedeu as brasileiras em Massachusetts, devido ao fluxo de imigrantes portugueses ser mais antigo na região. Mas, com o estabelecimento de um número maior de imigrantes brasileiros no estado, missas brasileiras passaram a ser celebradas, o que revela que não apenas a língua é um elemento importante, como também

---

igrejas como espaços de ajuda, assistência e compreensão, que são ainda mais importantes para os que vivem no país clandestinamente.

<sup>115</sup> Amorim, Dias e Siqueira (2008) mostram, em pesquisa empírica realizada em Governador Valadares, que as igrejas emigrantes oferecem suporte não apenas para os brasileiros que migraram nos Estados Unidos, como também para os familiares dos emigrados que permaneceram no Brasil.

um contexto especificamente brasileiro. O mesmo ocorre em igrejas evangélicas em Portugal, segundo o autor, onde cultos brasileiros são celebrados tendo em vista a participação de imigrantes brasileiros (Freston 2008). O padre da Igreja Católica de Allston contou-me que as missas celebradas em português têm uma presença maior de brasileiros do que as celebrações em inglês – em torno de 300 a 350 de brasileiros, contra pouco mais de 20 norte-americanos por missa. Estas observações indicam a presença de brasileiros, proporcionalmente mais católicos que os norte-americanos, estaria revitalizando as Igrejas Católicas na região.

A partir de contatos estabelecimentos a partir das redes sociais nas quais estive inserida, participei mais intensamente de atividades de duas igrejas: uma Católica e outra Batista. Nesta última, principalmente no outono e inverno, eram realizados almoços após os cultos nas manhãs de domingo, e um lanche após o culto de domingo à noite. Além disso, havia jantares nas atividades das chamadas “células” – um encontro de fiéis na casa de uma família para estudo bíblico e orações. Já na Igreja Católica, participei como voluntária em festas juninas, e freqüentei almoços aos domingos em comemoração ao Dia dos Pais e *Thanksgiving*. Em outras Igrejas Católicas, era comum também a realização de cafés e lanches antes ou após as missas.<sup>116</sup>

Um fato interessante ocorreu no primeiro culto que participei em uma Igreja Batista. Cheguei à igreja acompanhada de outro fiel e seus filhos, que tinha conhecido em um café da manhã anterior ao culto em outra sede da mesma igreja. Logo fui apresentada a um outro antropólogo, que estava terminando pesquisa para seu trabalho de conclusão de curso. Ele, norte-americano, falava português fluente, pois havia morado dois anos no Brasil realizando missão religiosa como mórmon. Contou-me que teve dificuldades em fazer a pesquisa, pois o pastor não permitira que ele entrevistasse nenhum fiel. O antropólogo estava interessado na investigação da relação entre os imigrantes e a fé

---

<sup>116</sup> Martes e Rodrigues (2004) observam que “as Igrejas protestantes brasileiras em Massachusetts criam de modo geral mais oportunidades de contato social entre seus membros que as igrejas católicas, e ao fazer isto tornam-se o principal locus de socialização e sociabilidade para seus fiéis. Enquanto a maioria dos membros das Igrejas protestantes se reúne toda semana numa refeição comunal, que é realizada após os cultos, as igrejas católicas promovem apenas alguns poucos eventos durante o ano: Dia dos Namorados, Proclamação da Independência, Nossa Senhora de Aparecida etc.” Os autores observam que diferenças podem ser percebidas na estrutura física dos prédios das igrejas católicas e as protestantes, sendo que esta última ofereceria maior e melhor espaço e investiria maiores recursos em reformas para a socialização dos fiéis. Martes e Rodriguez sugerem que empreendedores brasileiros em Massachusetts procurariam as Igrejas Protestantes como forma de se inserirem em redes sociais e aumentarem seus negócios.

religiosa. Algumas semanas depois deste encontro, quando o antropólogo já havia partido, entrevistei o pastor da igreja e comentei que havia conhecido o outro pesquisador. Ele me disse que a atuação dele havia sido limitada porque “eles [pesquisadores norte-americanos] dizem que nós [pastores das Igrejas Evangélicas] apoiamos a imigração ilegal. Na verdade, a gente diz para os brasileiros não virem. Mas, uma vez que eles estão aqui, nós os ajudamos”.

Contra o antropólogo norte-americano, pesavam três fatores que dificultavam sua inserção: a nacionalidade, a religião (segundo o pastor, “os mórmons são muito proselitistas”) e o tema de pesquisa. Minha presença, como pesquisadora brasileira, sem religião (o que foi, implícita e explicitamente, considerado em muitas ocasiões como uma possibilidade de conversão) e tendo a comida como tema de pesquisa, foi recebida, ao contrário, com bastante receptividade. Observei que o tema da alimentação – não somente entre os pastores e fiéis da Igreja – era mais frequentemente relacionada a questões de saúde do que propriamente a fatores antropológicos e sociológicos.<sup>117</sup>

As comidas e os costumes tradicionais em Igrejas e templos étnicos contribuem para reforçar os relacionamentos entre imigrantes (Hirschman 2007: 393). Os momentos de comensalidade são momentos de encontros entre imigrantes, que ajudam a criar e fortalecer vínculos sociais. Neste sentido, as refeições em comum dariam uma sensação de conforto aos imigrantes, especialmente aos recém-chegados, auxiliando-os a se inserir em círculos sociais. A comida “brasileira” servida nas refeições atua como um fator fundamental nestes momentos de sociabilidade, pois ajuda a estabelecer um sentido de identificação comum entre aqueles que a compartilham.

Minhas observações sobre a comida em festas de brasileiros na Grande Boston corroboram as conclusões da antropóloga inglesa Diana Mata Codesal, que estudou a alimentação de imigrantes equatorianos vivendo na cidade espanhola de Santander (Codesal 2010). A autora explica que a comida consumida por seus sujeitos de pesquisa estava inserida em diferentes lógicas dependendo do contexto em que era preparada e consumida. No dia-a-dia, a comida preparada era espanhola (diferentemente da alimentação de meus interlocutores, que era composta, majoritariamente, de comida “brasileira”) e era considerada

---

<sup>117</sup> Em minha pesquisa de campo no mestrado, realizada em uma comunidade de camada popular no sul do estado de Santa Catarina, também percebi que minhas interlocutoras confundiam-me com médica ou nutricionista, pois acreditavam que meu interesse pela alimentação de suas famílias se devia a uma análise médica ou nutricional, e não a uma pesquisa antropológica (ver Assunção 2007).

comum. Já a comida equatoriana, feita em ocasiões especiais, adquiria o *status* de comida especial. Segundo a autora, através do compartilhamento de comida com aqueles vistos como iguais, estes imigrantes estavam memorando. Esta comida tinha, de acordo com Codesal, o poder de agir como um gatilho para *re-membering*, para fazer as pessoas, ao mesmo tempo, sentirem-se como grupo e tornarem-se significantes uns para os outros. Desta maneira, os migrantes utilizavam comida de seu país de origem em ocasiões especiais para (re)criar ligações humanas no novo meio (Codesal 2010).

As refeições em comum promovem momentos de conversação que conformam os laços entre estes sujeitos, segundo Simmel. Para este autor, “conversa é a realização de uma relação que, por assim dizer, não pretende ser nada além de uma relação – isto é, na qual aquilo que usualmente é a mera forma de interação torna-se seu conteúdo auto-suficiente”. É por isso que o autor entende que “a conversa é a forma mais pura e elevada de reciprocidade” (Simmel 1983: 177). Segundo Simmel, no dia-a-dia, as pessoas conversam sobre conteúdos que querem conversar ou pretendem entender. Em reuniões sociais, no entanto, conversam por conversar. Deste modo, “a sociabilidade apresenta talvez o único caso em que a conversa é o legítimo propósito de si mesma”. Embora a conversação seja uma forma sociológica, seu conteúdo não é menos importante, pois deve ser atraente e interessante. É fundamental, entretanto, que nenhum conteúdo sobressaia, para que a conversação seja um fim em si mesma. Esta trivialidade do conteúdo das conversas também é importante, de acordo com Simmel, durante as refeições:

No entanto, tudo isso deve ser explicado também por uma praticidade fisiológica, que exige desembaraço nos movimentos e tranquilidade espiritual ao comer, Isso exprime na linguagem do corpo o nexó sociopsicológico que aqui deu lugar à realização social de uma carência muito primitiva, garantindo sua expansão segura, sem dúvida sem se desprender totalmente de sua base, mas, através da qual alçou à esfera de uma atratividade humana superior, espiritual. E, portanto, totalmente equivocado reclamar da banalidade das conversas típicas da mesa de jantar. A conversação donairoza à mesa - mantida sempre em um certo grau de generalidade e distante de intimidades - não deve nunca tornar esse fundamento totalmente insensível, porque a facilidade

evanescente e a graça do jogo de superficialidades se manifestam apenas quando se mantém esse seu caráter (Simmel 2004: 164).

O momento de conversação propiciado pelas refeições após os cultos foi destacado pela esposa do pastor responsável pela organização e preparo das comidas:

“Eu acho que é um momento de complementação. Porque o pessoal chega em cima do horário do culto. Então vem, sobe, o culto já tá começando, participa. Então a hora que desce, é o momento que o pessoal tem pra ficar junto, pra estar conversando. Então é uma complementação de lá de cima. A gente até sofre porque o nosso espaço é pequeno. Então o pessoal desce, vê fila, aí vai embora.”  
(Letícia)

Durante os lanches após os cultos, as pessoas permanecem sentadas ou em pé conversando enquanto comem pastéis, coxinhas, ou tomam caldos (mais servidos em períodos de maior frio). Durante os almoços de domingo após o culto da manhã, a falta de mesas acaba propiciando momentos de maior contato entre os fiéis, como destaca Letícia: “As pessoas forçosamente tem que sentar junto (a mesa com seis lugares), e aí acaba conversando.”

Apesar de as conversas superficiais, sem profundidade, fazerem parte dos momentos de comensalidade que observei nas Igrejas, estas refeições também promovem momentos de aprendizado social semelhante ao observado por Machado em relação aos churrascos entre brasileiros em Portugal:

O churrasco opera como um drama que distensionaria a vida cotidiana marcada por conflitos no local de trabalho, pelo racismo a que estão sujeitos, pela insegurança da ilegalidade etc. o churrasco como evento social tem significados múltiplos e, numa das dimensões, é um lugar de proteção coletiva, uma válvula de escape. Nesse sentido, é um lugar de aprendizado simbólico efetivo, no qual recém-chegados descobrem tanto as sistemáticas opressões a que os brasileiros estão sujeitos, como as formas de desvio e resistência às mesmas situações. Aprendem argumentos que vão usar normalmente como se fossem seus, tais como as formas mais usuais de desculpas, as estratégias para contornar as broncas de

chefes portugueses, como responder aos comentários desagradáveis que costumam ouvir etc. (Machado 2001: 213)

Nas Igrejas, há encontros entre brasileiros provenientes de diferentes camadas sociais e situação migratória. É comum, durante as refeições, principalmente nas que participei entre fiéis da Igreja Batista, aconselhamentos sobre trabalho e solicitações de ajuda. Presenciei, por exemplo, um brasileiro indocumentado pedindo emprego a outro brasileiro com cidadania norte-americana que tinha uma empresa de reformas de casas. Ou ainda um brasileiro indocumentado pedindo orientações jurídicas a outro brasileiro com *Green Card* que trabalhava como advogado.<sup>118</sup>

Os momentos de comensalidade nas Igrejas oferecem oportunidades de contatos entre brasileiros que possibilitam sua inserção em redes sociais e também aprendizado social estratégico para seu estabelecimento e sucesso em Boston. Além disso, observei que estes eventos constituem-se em importantes mercados matrimoniais, em que os solteiros têm a possibilidades de encontrarem possíveis companheiros amorosos. Com a desconfiança que cerca os imigrantes e a suposta dificuldade em se casar com brasileiros em Boston, como apontei em capítulo anterior, as refeições e festas em Igrejas ofereceriam oportunidades mais seguras para se encontrar um parceiro considerado adequado.

Se, por um lado, as refeições em comum e as atividades que envolvem seu preparo atuam no reforço de laços sociais e no estabelecimento da coesão em grupo, por outro lado, elas também são momentos em que conflitos são evidenciados entre seus membros. Observei, por exemplo, demonstrações de animosidades entre pessoas durante o preparo de comidas para a Festa Junina de uma Igreja Católica. Trabalhando como voluntária nesta festa, percebi que havia

---

<sup>118</sup> Autores sugerem que a mensagem das igrejas protestantes são bem recebidas por muitos imigrantes por favoráveis ao empreendedorismo e ao desenvolvimento econômico em sistemas capitalistas. Martes e Rodriguez (2004) lembram que Weber considera que, em suas origens, as crenças religiosas protestantes impediram que os membros de suas comunidades conseguissem trabalho nos mercados tradicionais, forçando-os ao auto-emprego e ao empreendedorismo. Esta situação seria similar a muitos imigrantes, principalmente aqueles que possuem capital cultural ou educacional limitados, que são impossibilitados de terem maiores ganhos financeiros. No entanto, Martes e Rodriguez (2004) sugerem que os imigrantes empreendedores filiam-se às igrejas visando as oportunidades que elas oferecem, como as de se inserirem em redes sociais que possam alavancar seus negócios. Haveria, portanto, uma relação entre as Igrejas protestantes e o empreendedorismo étnico.

reclamações e acusações mútuas entre grupos divididos para prepararem determinadas comidas, como espetinhos de churrasco, pastéis, cachorro-quente, entre outros. Em outro momento, em um almoço da Igreja Batista, presenciei comentários contra alguns fiéis que se opunham a projetos do pastor a serem executados no prédio da Igreja. Neste sentido, preparo e consumo das comidas não apenas reforçariam vínculos sociais como também expressariam conflitos, que, seguindo as formulações de Simmel (1983), são parte da vida social.<sup>119</sup>

As igrejas propiciam oportunidades de encontro entre brasileiros não apenas em celebrações de datas comemorativas no Brasil, mas também no *Thanksgiving*, ou Dia de Ação de Graças, comemorado na penúltima quinta-feira do mês de novembro, considerado um dos feriados norte-americanos mais tradicionais e importantes. A Igreja Católica organizou um almoço para os brasileiros, no qual cada participante ou família deveria contribuir com um prato. Foram levados arroz, feijão, saladas verdes, salpicão, arroz tropeiro, sobremesas diversas (tortas, pudins e sorvetes), além de perus assados – comida típica da data, conhecida popularmente como “*turkey day*”, ou “dia do peru” – oferecidos pelos padres católicos e norte-americanos da igreja. Segundo o membro da igreja que assou os perus, estes foram preparados “do jeito brasileiro”, que ele explicou como contendo maiores quantias de sal do que os preparados por norte-americanos, e temperos, como alho. Muitos dos brasileiros que participaram do almoço iriam a outras reuniões de amigos ou familiares após a refeição, pois era um dos raros dias de folga para a maioria dos imigrantes, com o fechamento da maioria das lanchonetes e estabelecimentos comerciais. Uma brasileira contou-me, após almoçar, que estava “pronta” para ir ao almoço oferecido por seus patrões norte-americanos: “lá eu só como um pouquinho, para não fazer desfeita”. Segundo ela, a comida norte-americana era “sem gosto”, e deveria ser provada apenas em sinal de respeito aos anfitriões. Recusar a comida poderia significar constrangimentos e recusa de vínculos sociais, que eram estratégicos para a imigrante brasileira.

Não apenas os momentos de comensalidade constituem-se em momentos importantes para criar e manter os vínculos sociais nas Igrejas, como também presentear com comidas aqueles que ocupam cargos de poder nestas instituições religiosas. Nas Igrejas Batista e

---

<sup>119</sup> Para Simmel, o conflito é uma forma de interação que pode resolver dualismos divergentes. Neste sentido, na abordagem simmeliana, o conflito, ao contrário da indiferença, tem aspectos positivos, pois pode potencialmente solucionar a tensão entre divergentes (Simmel 1983).

Católica em que participei mais ativamente, observei que recorrentemente o padre e o pastor, respectivamente, recebiam muita comida preparada pelos fiéis. O padre costumava receber convites para almoçar e jantar em casas de famílias de brasileiros, e constantemente recebia pedaços de bolo e marmitas com comidas de almoços e jantares. Segundo ele mesmo me contou, alguns fiéis costumavam conhecer suas preferências alimentares, e preparavam comidas especialmente para eles. Este conhecimento dos gostos individuais, assim como apontei em estudo realizado com mães de famílias de camadas médias e populares (Assunção 2007), são utilizados de forma estratégica para expressar cuidado e sentimento em relação a pessoas próximas. Presenciei situação semelhante com o pastor, cuja igreja cedia espaço para integrantes de outras nacionalidades que estavam se reunindo para celebrar cultos e organizar sua comunidade étnica para futuramente se transferirem para um espaço próprio. Durante o almoço após o culto, o pastor recebeu de um nepalês um prato cheio de comidas típicas. A esposa do pastor também me declarou “ser vítima” dos nepaleses por ter que experimentar a comida que preparavam. Apesar de declarar gostar da comida, por ser “caseira e bem-feita”, e de apreciar experimentar coisas novas, ela destacou a grande quantidade de pimenta que continha. Tanto no caso do padre quanto do pastor e de sua esposa, a comida não podia ser recusada, mas deveria ser consumida, como um ato de estabelecimento e/ou reforço das relações.

As refeições na Igreja Batista eram organizadas e preparadas pela esposa do pastor. Letícia, antes de mudar-se para Boston com o marido e os filhos, coordenou por três anos um *buffet* da mesma Igreja em Curitiba, que servia comida para casamentos e eventos realizados em um salão de festas com capacidade para 500 convidados. Neste *buffet*, todos eram voluntários, com exceção da cozinheira. Letícia elaborava o cardápio com a cozinheira, fazia lista de compras, circulava para ver se estava tudo pronto. Sua experiência, segundo ela, era “teórica”. Quando chegou a Boston, percebeu que não tinha ninguém na “parte prática”, então começou a se envolver. Logo após sua chegada, Letícia destacou o choque provocado com o encontro de “outros” brasileiros, eram provenientes de outros estados e camadas sociais no Brasil.

“Eu vim do sul, de Curitiba... então era um tipo de comida que a gente usava... quando cheguei aqui, o pessoal mais de Minas, né, a grande maioria... eu também me assustei... não depreciando nada, só questão de comparar. Lá a Igreja era num bairro nobre, então era um cardápio requintado. Então o pessoal falava que o *buffet* da Igreja não perdia em

nada para os dois grandes *buffets* da cidade, que eram o Clube Curitibano e o *buffet* do Batel. Então era do mesmo nível. Quando eu cheguei aqui, o primeiro casamento que eu fui, tinha feijão tropeiro, aipim frito, daí eu olhei, e pensei: nossa, é cardápio de casamento isso? Aí eu comecei a ver que era o paladar daqui tanto pela região da pessoa, quanto pela saudade daquele gosto”. (Letícia)

As comidas das refeições na Igreja Batista são vendidas a preços inferiores aos cobrados em restaurantes e padarias. Em uma outra Igreja, que tinha café da manhã de domingo antes do culto, os fiéis costumavam levar as comidas (pães, pães de queijo, café, leite, biscoitos, manteiga etc). Neste caso, o café e as despesas eram partilhados. Nas festas da Igreja Católica que freqüentei, ocorria algo semelhante: quando a refeição era preparada por apenas uma pessoa ou um pequeno grupo de pessoas, era cobrado um preço para cobrir as despesas. Em outras festas, quando cada participante ou família levava um prato para o almoço ou jantar, nada era cobrado pela comida. Segundo me explicaram interlocutores nas duas Igrejas, o dinheiro arrecadado nas festas e refeições era usado em projetos das instituições religiosas. Letícia disse-me que o fato de a Igreja cobrar pelas refeições era criticado por alguns de seus membros. Estes viam as instituições religiosas como provedoras, o que entraria em conflito com a cobrança de dinheiro.

“Outra coisa também: é uma cultura que eu não sei da onde que vem... que as pessoas parecem que é assim: lá fora, eu vou, eu como, eu pago, eu não reclamo, aqui na Igreja, não, que é isso? A gente fazia as coisas num preço mínimo, e ainda assim, as pessoas, sabe... por que a gente tem que pagar? Então eu achei essa dificuldade. Porque lá a gente trabalhava em nível profissional, com voluntários, mas era nível profissional. Mas aqui, como é na Igreja, então o pessoal acha que tem que ser de graça. Então é complicado”. (Letícia)

Quando a comida é preparada em Igrejas, ela é feita geralmente por voluntários - a maioria mulheres, mas também por homens, que são responsáveis especialmente pelo preparo de carnes, como o churrasco. Embora muitas pessoas freqüentem os cultos, missas, refeições e festas realizados nas Igrejas, poucas pessoas efetivamente trabalham como voluntários em seu preparo. Como já coloquei anteriormente, o momento do preparo, além de ser um momento de sociabilidade, é também um momento de conflitos entre pessoas e grupos, como presenciei entre católicos que trabalhavam nas festas juninas. No

entanto, a participação em trabalhos voluntários confere maior proximidade e vínculo entre os voluntários e aqueles que ocupam cargos de maior poder nas Igrejas. Apesar disso, há dificuldade, como coloca Letícia, em convencer os freqüentadores da Igreja a se engajarem em trabalhos voluntários:

“No Brasil, eu estava acostumada com o trabalho voluntário. Mas aqui, o pessoal vem com aquela mentalidade, de ganhar dinheiro. Então nada se faz de graça. (...) O meu marido diz sempre, que o pessoal que vem trabalhar como voluntário está dando duas vezes, porque está doando seu tempo e está deixando de ganhar alguma coisa”. (Letícia)

No momento em que realizei a pesquisa de campo, apenas um casal mineiro estava ajudando Letícia a preparar a comida dos almoços de domingo. Segundo ela, por serem mineiros, queriam preparar pratos regionais, como tutu, polenta, moqueca mineira, frango com quiabo, e outros pratos típicos. Letícia, no entanto, diz buscar “um equilíbrio” para agradar pessoas vindas de outras regiões do Brasil. A comida preparada seria o resultado daquilo que confortaria a saudade dos imigrantes e dos preços e promoções dos alimentos de mercados da região.

“A gente leva muito em conta o paladar das pessoas, do que as pessoas sentem saudades, e o preço das coisas da semana, da promoção da semana. Muitas vezes, a gente pensa: ah, domingo vamos fazer uma carne assim, mas daí chega lá e o frango tá na promoção. Então a gente muda e faz outra coisa”. (Letícia)

É também levando em consideração a saudade e as preferências dos imigrantes que Letícia justifica a escolha por salgados, como coxinhas e pastéis, para o lanche, o que confirma a capacidade da comida em carregar lembranças e a sensação de familiaridade.

“O pessoal faz uma opção pelo salgadinho. É a coxinha e o não sei o que lá. Mas é aquilo que vai, encomenda para não sei quem, não sei aonde, que aí vai lá, faz, para as duas horas da tarde, já tá pronto para a festa que vai ser as seis da tarde. Não dá para fritar na hora, não? Hoje é mais comum, você vê mais gente fazendo, mas há oito anos atrás, eram poucas pessoas que trabalhavam com isso. Agora já é mais comum. Quando eu cheguei, na semana seguinte, eu já falei: ‘vamos fazer cantina’, porque era aquilo que o pessoal ‘ai, que saudade, que

vontade de comer uma coxinha’... ah, só tem uma padaria brasileira que é lá não sei aonde... era tudo mais longe”. (Leticia)

Em relação às festas realizadas pela Igreja Católica para celebrar datas como Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia de Nossa Senhora Aparecida, *Thanksgiving*, entre outras, elas ocorreriam, segundo o padre, com o objetivo de preservar a cultura e também a culinária, além de divulgá-la nos Estados Unidos, embora, visivelmente, há a presença de poucos não-brasileiros nestas festas.

“Primeiramente a festa acontece para preservar a cultura. Já começa daí: a cultura e o costume do nosso povo. Depois, o segundo ponto, é para preservar a questão culinária – o costume, a comida, o tipo da comida regional inclusive. Também, um terceiro ponto, é uma maneira de tornar a cultura mais conhecida dentro deste país. Tanto é que eles adoram a comida brasileira, a maioria adora...”

Apesar desta tentativa de se preservar a culinária e de privilegiar as comidas que os imigrantes mais sentem falta, o que é comida brasileira não é consenso. Com um número bastante grande de mineiros em Igrejas, que segue a proporção de mineiros entre os brasileiros em Massachusetts, há, em muitos casos, a preparação de comidas de Minas Gerais em eventos realizados pelas Igrejas. Estes pratos, embora bastante apreciados por alguns, são rejeitados por outros imigrantes. Observei que até mesmo a feijoada, considerada símbolo nacional (Fry 1982), não é apreciada por todos os brasileiros nestes eventos nas Igrejas. Ainda que tenha sido servido apenas um tipo de comida, esta foi servida em duas versões, procurando a aceitação de um número maior de brasileiros. Em um dos almoços na Igreja Batista, foram servidos dois tipos de feijoada: uma *light*, sem carne de porco, e outra “completa”. Podia-se notar uma divisão de gênero nestas versões: a primeira versão era perceptivelmente preparada e mais consumida pelas mulheres, enquanto a segunda era a preferida dos homens. Uma mulher sentou-se à mesa comigo, e comentou, enquanto comia a feijoada *light*: “eu nem gosto de feijoada, estou aqui por causa do pessoal”. Saborear a refeição em comum, neste caso, era apenas uma oportunidade de criar e reforçar vínculos sociais, sem que pudesse se notar a vontade de comer algo da qual sentia saudade.

A comida brasileira preparada e servida em refeições e festas das Igrejas é resultado de um processo de negociação. Há na Igreja Batista, por exemplo, a tentativa de alternar comidas variadas para

contemplar a integração de membros provenientes de diferentes Estados brasileiros. Em algumas festas da Igreja Católica em que cada participante deve levar um prato para compartilhar, há a possibilidade de que diferentes pratos, de diferentes regiões, sejam incluídos. A comida brasileira, portanto, é tão heterogênea quanto a população de brasileiros em Massachusetts. Mais do que celebrar ou manifestar a brasilidade ou identidade nacional, que seria comum aos brasileiros presentes a estes eventos, a procura por contemplar uma variedade mais ampla de comidas demonstra uma tentativa de aproximar da Igreja o maior número de participantes possível.

### ***3.5. Festival de Acarajé***

As festividades são também oportunidades de trabalho para muitos brasileiros em Massachusetts. Como mencionei no primeiro capítulo, nas festas e festivais brasileiros, como o conhecido e grandioso *Brazilian Day* em Nova York e o Festival da Independência em Boston, muitos imigrantes trabalham em barracas de comidas. Na Grande Boston, há brasileiros que se especializaram em vender comidas nestas festas, o que requer licenças sanitárias e cursos específicos exigidos pelos governos locais, obtidos apenas por imigrantes documentados, e que empregam outros brasileiros, muitos deles indocumentados, para trabalhar nos dias dos eventos. Além disso, há padarias e restaurantes que oferecem serviços de *buffets* para festas, e também estabelecimentos comerciais especializados em comidas para estes acontecimentos. As festas e refeições servidas em Igrejas são também utilizadas como formas de arrecadar dinheiro para as instituições religiosas.

A comida, portanto, constitui-se um nicho de mercado para brasileiros na Grande Boston, que é voltado, na maioria dos casos, para a clientela brasileira. Através de relações de amizade de minha irmã, participei de um festival de acarajé, realizado por Maria, uma imigrante baiana. O objetivo era realizar encontros periódicos (quinzenais ou mensais), onde os participantes poderiam consumir, pagando uma quantia determinada, acarajé e vatapá. Apesar do projeto inicial, não tenho conhecimento de que outros festivais de acarajé tenham sido realizados após a primeira edição. A comida era preparada por Maria, que já estava nos Estados Unidos há pelo menos oito anos. O festival foi realizado no pátio da casa de uma de suas amigas, uma brasileira casada

com um norte-americano que se dizia apaixonado pela Bahia. Ele tinha pacotes de areia que trouxera de uma viagem às praias baianas. Ele descrevia esta areia como *baby powder* (talco de bebê) – segundo o norte-americano, por serem tão finas quanto talco de bebê. Empréstou-me a areia para colocar em copos de vidros com conchas do mar, que serviram como decorações das mesas, e voltou a guardá-la após o término do festival. O dinheiro arrecadado no festival foi dividido entre Maria e a dona da casa.



Antes do festival, Maria nunca tivera experiência de vender acarajés. Ela trabalhava como vendedora em uma cantina de uma universidade norte-americana. Durante a festa, ela foi questionada pelos participantes sobre não estar vestindo a vestimenta de baiana. Maria vestiu um jaleco branco e, por sugestão de sua amiga, alguns colares “para ficar mais parecida com uma baiana”. Se o fato de ser proveniente do estado da Bahia lhe conferia legitimidade como baiana e, assim, legitimidade para preparar acarajés e vatapás,<sup>120</sup> a falta da vestimenta era cobrada pelos participantes, o que não fazia parte das experiências e trajetória de vida de Maria, que disse se recusar a vesti-la.

<sup>120</sup> Concordo com as observações de Fajans (2008) de o fato de uma mulher baiana preparar acarajé fornece autenticidade à comida mais do que os ingredientes ou modo de preparo.

A maioria dos participantes era do círculo de amizade de Maria e da dona da casa. Grande parte deles eram brasileiros, mas havia também norte-americanos e um casal de cubanos, amigos do casal anfitrião. Alguns deles compareceram ao evento devido a relações de amizade, como duas amigas de Maria que não experimentaram a comida. Esta recusa em comer o acarajé foi feita discretamente, mas foi observada pela cozinheira, que já esperava este comportamento destas amigas, por serem “nojentas para comer”. Outros brasileiros, conforme me disseram, experimentaram acarajé pela primeira vez no festival. Para tentar agradar a todos e temendo rejeições, Maria fritou os bolinhos em óleo de dendê misturado em partes iguais de óleo de soja, “para não ficar muito forte”.



Cartaz do festival, que explica o que é acarajé em português e em inglês

a autora observa que, ao preparar o acarajé, a baiana integra vários fluxos culturais que convergiram na Bahia: o camarão, representativo dos frutos do mar abundantes do litoral baiano; o legado europeu do pão e do trigo; e a pimenta nativa.

Assim como o acarajé vendido nas ruas da Bahia, o festival de acarajé realizado por minha interlocutora na Grande Boston também seria resultado de fluxos globais, mas com as transformações que toda forma de reprodução – ou de mimesis (Taussig 1993) – produz. As imagens da cozinheira baiana e do acarajé faziam parte do repertório

Nas análises de Fajans (2008) sobre a comida baiana, a autora sugere que o acarajé “encapsula a Bahia”. De acordo com a antropóloga norte-americana, a figura da baiana, vestida com saias fartas e turbante, contrasta com a informalidade da cultura da praia, e é como uma “âncora com o passado”, pois seria uma representação do que se transformou a sociedade do lazer dos dias de hoje. Ainda segundo Fajans, a figura da baiana seria um símbolo do que seria particularmente baiano e também um símbolo de um passado idealizado, pois representa o mais privilegiado dos escravos. A

cultural compartilhado pelos brasileiros que compareceram ao festival, o que gerava expectativas em relação à forma como a comida e a própria cozinheira se apresentava. Mudanças visando a presença e aceitação destes brasileiros, no entanto, foram feitas: menos óleo de dendê, menos pimenta, acarajé e vatapá servidos em pratos, para ser comido nas mesas na presença de outros participantes. A decoração com conchas e areia também remetia às imagens do litoral da Bahia. As vestimentas de Maria, a cozinheira – um jaleco branco – a distanciavam da religiosidade e das raízes africanas que marcam a figura da baiana nas ruas da Bahia. Se, como afirma Fajans, “comer certas comidas faz de você um baiano, e a comida é baiana por causa do lugar e de quem a preparou. Você come o que você é, mas você também faz/cozinha o que você é” (2008, tradução minha)<sup>121</sup>, entendemos que as mudanças que envolvem o preparo e a apresentação do acarajé também demonstram uma tentativa de controle das imagens associadas à comida e aos baianos. Este controle estaria relacionado tanto a uma estratégia em atrair clientes brasileiros assíduos, tanto como em buscar a aceitação destes, atenuando traços associados à baianidade que poderiam ser depreciativos. Neste caso, as mudanças ocorridas no processo da mimesis (Taussig 1993) seriam intencionais e estratégicas para Maria, que estaria buscando estabelecer seu lugar através de uma particularidade – a comida baiana – minimizando os elementos distintivos que poderiam perigosos.

---

<sup>121</sup> Tradução minha do original em inglês: “Eating certain foods makes you Bahian, and food is Bahian because of where and by whom it is cooked. You are what you eat, but you also make/cook what you are”. (Fajans 2008)

**Capítulo 4**  
*Circulação entre Boston e Brasil*

#### **4. A circulação de produtos entre Brasil e Boston**

Como apontei no prefácio desta tese, a imagem de imigrantes isolados, desenraizados, para usar a definição de Handlin (1971[1951]), sem conexões com seus familiares no Brasil não corresponde à experiência da grande maioria dos brasileiros que encontramos em Boston. Além de ser uma comunidade de cerca de 336 mil pessoas na região (Lima 2009), estes brasileiros também mantém relações com a família e amigos no Brasil, que podem ser caracterizadas como práticas transnacionais. A manutenção destas relações é facilitada pelos meios de comunicação atuais, como telefones<sup>122</sup> e Internet. Há também aqueles que recebem visitas de familiares vindos do Brasil (alguns deles com as despesas pagas pelos próprios imigrantes), como também parentes e amigos.

Através destas idas de parentes e amigos, diversos produtos circulam entre os Estados Unidos e o Brasil. Mas estes produtos não são transportados apenas em malas durante viagens. Alguns são enviados em caixas através de transportadoras brasileiras sediadas nos Estados Unidos especializadas em mudanças,<sup>123</sup> ou ainda através dos correios, que é tido como um serviço mais caro. É preciso esclarecer que este serviço de transporte de caixas encareceu bastante nos últimos anos, segundo relatos dos brasileiros com quem conversei, o que teria diminuído consideravelmente o fluxo de produtos. Já o transporte em malas tem sido dificultado por um aumento na fiscalização dos aeroportos por motivos de segurança, principalmente após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, e medidas fiscais para coibir o contrabando de mercadorias. A circulação de comidas, por outro lado, encontra certas restrições sanitárias estabelecidas por cada país. No entanto, todas estas dificuldades não chegam a impedir completamente a entrada de produtos nos dois países.

Pesquisas econômicas, sociológicas e antropológicas concentraram-se no estudo do envio de dinheiro por imigrantes nos

---

<sup>122</sup> As tarifas telefônicas cobradas em ligações dos Estados Unidos para o Brasil são consideradas bastante acessíveis pelos imigrantes, ao contrário dos valores cobrados no Brasil para as ligações internacionais.

<sup>123</sup> Durante meu trabalho de campo em Boston, acompanhei diversas denúncias veiculadas em jornais brasileiros contra algumas destas transportadoras. Elas foram acusadas de não entregar as caixas com mercadorias no Brasil. Conheci também alguns brasileiros que foram lesados por algumas empresas, e que narraram terem perdido caixas com móveis, eletrodomésticos, roupas e outros produtos. Além disso, algumas destas empresas têm sido investigadas por transportarem produtos sem o pagamento de impostos, o que caracteriza contrabando.

Estados Unidos para o Brasil. Em pesquisa realizada por Martes, 80% dos brasileiros entrevistados declararam enviar dinheiro para o Brasil com regularidade. De acordo com ela, 76% destas remessas têm como objetivo pagar despesas e ajudar membros da família. Porém, a autora esclarece que o principal objetivo de quem migra não é ajudar a família, mas adquirir bens no Brasil. Martes conclui que estas remessas, além de melhorar as vidas daqueles que ficaram para trás, é também uma forma de compensação pela ausência. Segundo ela,

enviar e receber dinheiro que é mandado de tão longe têm como objetivo a manutenção de laços, assim como negar a desconexão que a distância ameaça impor. De tempos em tempos, o dinheiro reafirma o compromisso com o retorno, que pode ser físico ou simbólico (Martes 2008: 146; tradução minha).<sup>124</sup>

Argumento, no entanto, que não apenas as remessas de dinheiro podem ser compreendidas como um meio de manutenção de laços sociais. Outros produtos que circulam entre participantes de redes sociais que ligam Estados Unidos e Brasil também parecem reforçar estas conexões. Concordo com a antropóloga francesa Sophie Bouly de Lesdain que a circulação de mercadorias entre imigrantes e os que permaneceram no país de origem fortalece as redes existentes e, ao mesmo tempo, cria novas relações. Neste sentido, a circulação participa de uma reconstrução social baseada em um espaço de expansão e mudança dos migrantes, assim como revela os modos de estruturação dos grupos no espaço. A autora destaca que o modo de obtenção dos objetos participa da construção da identidade do objeto e de seu proprietário (Miller, 1987) e permite, ao mesmo tempo, definir o espaço social no qual vivem os migrantes (Lesdain 2002). A integração dos migrantes para uma determinada área (geográfica, econômica e social), assim como a manutenção de suas relações com seu local de origem, ocorre através de modos de fornecimento específicos (Lesdain 2002). Acrescento às conclusões da autora que tanto as redes nas quais participam os sujeitos quanto os espaços em que vivem são transnacionais por viverem em contextos que cruzam fronteiras

---

<sup>124</sup> Tradução livre do original em inglês: “Remitting and receiving the money that is sent form so far away means maintaing ties, so as to negate the disconnection that the distance threatens to impose. From time to time the money reaffirms the commitment of return – be it physical or symbolic”. (Martes 2008: 146)

políticas, econômicas e socioculturais, tal como defini no prefácio desta tese.

Acredito que estes fluxos de produtos podem, além de manter e fortalecer relacionamentos entre pessoas, ser também entendidos através do conceito de “remessas sociais” criado pela socióloga norte-americana Peggy Levitt. A autora define como “remessas sociais” as idéias, comportamentos, identidades e capital cultural que fluem da sociedade receptora para a sociedade de origem dos imigrantes. A autora lembra que estas remessas desempenham um papel importante na vida social e política da comunidade da qual partiram os migrantes. Segundo Levitt, há três tipos de remessas sociais: as estruturas normativas, que são constituídas por idéias, valores e crenças; os sistemas de práticas, que são definidas como as ações moldadas por tais estruturas normativas; e, por fim, o capital social, que é um conjunto de expectativas de ação e comportamento dentro de uma coletividade.<sup>125</sup> Para a autora, as trocas de remessas sociais acontecem quando os migrantes visitam ou voltam a viver em suas sociedades de origem, quando estes recebem a visita de familiares não migrantes, ou ainda através do envio e recebimento de cartas, vídeos ou conversas telefônicas (Levitt 1998). Acredito que através do fluxo de mercadorias circulem relações e lembranças que conectam indivíduos na Grande Boston com indivíduos em diversas localidades no Brasil. Este fluxo de mercadorias está, por sua vez, relacionado a um conjunto de práticas de consumo, que orientam e objetificam idéias e valores culturais.

Aqui refiro-me ao conceito de objetificação tal como definido por Daniel Miller: “o uso de bens e serviços no qual o objeto ou a atividade se torna simultaneamente uma prática no mundo e a forma na qual nós construímos nossos entendimentos de nós mesmos no mundo” (Miller 1995: 30; tradução minha). Deste modo, a objetificação seria um processo pelo qual toda expressão, consciente ou inconsciente, individual ou social, toma forma (Miller 1987: 81). Neste sentido, sendo o consumo (aqui não apenas o consumo alimentar, como também o de outros produtos) um processo de objetificação, deve ser entendido através da dialética entre a especificidade de formas de *commodities*, grupos sociais e regiões e o contexto mais amplo das mudanças globais na quais estão inseridas a economia política e as contradições das culturas. Para o autor, não há humanidade sem mundo material; por isso,

---

<sup>125</sup> Nesta definição de capital social, a autora considera o conceito tal como definido por Portes e Sensenbrenner (1993), além de autores como Coleman (1988), Putman (1993), Newman, Bourdieu e Wacquant (1991).

adota uma visão dialética: a humanidade e as relações sociais só de desenvolvem por meio da objetificação (Miller 2004).

Além de compreender que esta circulação de produtos coloca em movimento também valores sociais e ajuda a fortalecer os laços entre participantes das redes sociais transnacionalmente, quero propor ainda duas abordagens teóricas distintas, porém não excludentes. Uma delas é a teoria do dom, tal como formulada por Marcel Mauss. Segundo esta abordagem, a circulação de produtos entre brasileiros em Boston e no Brasil pode ser entendida no sistema de obrigações de dar, receber e retribuir. Desta forma, estes atos aparentemente voluntários são, de fato, obrigatórios, e sua dinâmica cria e fortalece relações sociais. Na definição de Godbout, o dom é toda a prestação de bens ou serviços efetuada sem garantia de retribuição que tem o objetivo de criar ou alimentar laços sociais entre pessoas. Godbout destaca que o tempo está no centro do dom, pois através do retribuir religa-se o gesto do passado ao presente. O autor aponta ainda as características comuns do dom na sociedade moderna: a *liberdade* (grau de constrangimento apontado por Mauss parece desaparecido) e o caráter *espontâneo* (movimento de alma, não racionalidade do cálculo). O autor responde ainda que a ocultação do caráter obrigatório do dom é fundamental: quando mais o gesto é percebido como incondicional, mais ele reforça o laço social. A explicitação da regra significa a morte do dom (Godbout 1992).

Além da teoria maussiana do dom, a outra abordagem teórica é a proposta por Arjun Appadurai, que está em consonância com a linha de estudos de Cultura Material, desenvolvida principalmente por antropólogos britânicos, como Daniel Miller, citado anteriormente. Segundo Appadurai, as coisas, assim como as pessoas, têm vidas sociais. O autor, seguindo as críticas de Firth (1983), afirma que é necessário um fetichismo metodológico para desviar os focos dos estudos antropológicos das formas e funções das trocas para centrar as análises nas coisas em movimento. Appadurai lembra que há significados inscritos nas formas, usos e trajetórias dos objetos. Deste modo, “é apenas através destas trajetórias que nós podemos interpretar os cálculos e transações humanas que dão vida às coisas” (1986: 05).<sup>126</sup> Entender a circulação do objeto como um processo (Kopytoff 1986, Appadurai 1986) permite entender melhor a relação de troca que existe m redes e suas implicações na definição e importância dos produtos que circulam (Lesdain 2002). A partir desta perspectiva, o objeto,

---

<sup>126</sup> Tradução minha do original em inglês: “It is only through the analysis of these trajectories that we can interpret the human transactions and calculations that enliven things” (1986: 05).

inalienável, adquire uma identidade a partir do contexto em que os sujeitos se situam. Como aponta Lesdain, não apenas as relações de trocas, como também as etapas de circulação de mercadoria participam da definição dos produtos. Acredito que as duas abordagens teóricas – ou seja, focando tanto na troca como fomentadora de relações sociais, como nas coisas que são trocadas, enriquecem o entendimento da circulação de produtos observada em meu trabalho de campo. De forma semelhante, Godbout esclarece que, para entender o dom, é necessário focar nas características dos laços sociais sem negligenciar aquilo que é trocado (Godbout 1992).

Nesta circulação de mercadorias, é interessante considerar o papel dos brasileiros portadores de *Green Card*, ou residentes permanentes nos Estados Unidos. Estas pessoas são imigrantes legais que, além da permissão de trabalho, têm também a permissão de sair do país por tempo determinado e retornar. Esta liberdade de ir e vir é bastante destacada nas conversas dos imigrantes, pois permite visitar parentes no Brasil e retornar para os Estados Unidos sem as barreiras enfrentadas pelos imigrantes indocumentados. Há também os brasileiros que possuem cidadania americana e mantiveram a cidadania brasileira, podendo entrar e sair dos dois países sem nenhum impedimento legal. Observa-se que a situação legal dos imigrantes, ao contrário de contribuir para o distanciamento de suas ligações com sua sociedade de origem, ajuda-os a fortalecer essas relações, por permitirem sua circulação entre os dois países. Na circulação de produtos, os portadores de *Green Card* e os brasileiros com cidadania norte-americana apresentam um papel importante, pois constantemente recebem pedidos de outros brasileiros para trazer ou levar produtos para o Brasil em suas viagens.

Embora bastante diversificado, o fluxo de mercadorias parece apresentar certos padrões em relação ao que é enviado e recebido entre Boston e diferentes localidades do Brasil. Descrevo os fluxos nos dois sentidos para ressaltar, mais adiante, o lugar das comidas nesta circulação. Neste sentido, inspiro-me em Douglas e Isherwood, que afirmam que todos os bens são portadores de significados, mas nenhum o é por si mesmo. “O significado está nas relações entre todos os bens, assim como a música está nas relações marcadas pelos sons e não em qualquer nota” (Douglas e Isherwood 2006: 121). Início relatando os produtos que são enviados pelos imigrantes em Boston para familiares, parentes e amigos no Brasil.

#### 4.1. *Eletrônicos*

São enviados para o Brasil principalmente aparelhos eletrônicos, como computadores, *laptops*, câmeras digitais, máquinas fotográficas, telefones celulares, entre outros. Estes produtos são vendidos a preços mais acessíveis nos Estados Unidos e, segundo alguns interlocutores, são mais “modernos” ou “avançados” do que os vendidos no Brasil. Alguns destes eletrônicos são enviados como presentes para familiares ou parentes próximos, ou seja, sem nenhum custo para aquele que o recebe. Outros, porém, são “encomendados” por pessoas no Brasil, que pagam para recebê-los a custos menores do que seria cobrado em lojas brasileiras. Por serem de maior custo e considerados “frágeis”, estes produtos são mais recorrentemente enviados através de pessoas que viajam para o Brasil.

Alguns destes produtos eletrônicos são enviados para os familiares e parentes dos migrantes no Brasil para facilitar a comunicação entre os dois países. É o caso dos aparelhos de telefone, computadores e *laptops*, como também as filmadoras câmeras fotográficas, que registram momentos especiais, como festas, e a cotidianidade de quem permanece no Brasil. A socióloga francesa Dana Diminescu (2007) considera que a evolução das práticas de comunicação introduziu a mais importante mudança na vida dos migrantes – ou seja, não apenas as práticas migratórias são revolucionárias (como a ativação de redes, a organização à distância, o controle dos deslocamentos) como também a experiência da mobilidade. As formas de compartilhamento se transformaram: é possível comunicar, com rapidez, as impressões da chegada, as novidades, as sensações e emoções imediatas. Deste modo, há um outro modo de construção da relação, com uma afinidade específica dos serviços multimídia móveis. Esta forma de “presença conectada” muda a natureza cognitiva e emocional da comunicação em função da riqueza interacional. Assim, segundo Diminescu, a “dupla ausência” que caracterizaria da experiência dos migrantes retratada por Sayad<sup>127</sup> não faz mais sentido, pois haveria a emergência de um “espaço social de presenças”, inscrevendo os sujeitos na mobilidade. A idéia de presença torna-se mais ativa e afetiva, da mesma forma que a idéia de ausência se torna implicitamente modificada por estas práticas de comunicação e co-presença. As socialidades nascidas destas “presenças” conectadas se

---

<sup>127</sup> Sayad (1998) afirma que os sujeitos que migram são, ao mesmo tempo, emigrantes e imigrantes, experienciando a “dupla ausência” por sua condição ambígua e contraditória tanto no país de chegada quanto no de partida.

manifestam por uma multiplicação destes deslocamentos e dos contatos diretos, possibilitados pelos produtos eletrônicos que mencionei, que manifestam a dimensão precária e temporária da mobilidade dos migrantes e a densidade de suas redes de relações (Diminescu 2007).

#### 4.2. *Produtos “de marca”*

Além dos eletrônicos, os imigrantes em Boston contaram-me enviar com frequência artigos com marcas “de grife”, que possuem preços bastante altos no Brasil. Dentre estes itens, estão principalmente tênis, bolsas, óculos escuros e perfumes. É bastante comum o envio de hidratantes corporais, perfumes e maquiagens da marca *Victoria Secrets*. Assim como os eletrônicos, alguns destes produtos são comercializados por familiares e parentes no Brasil, mas também são enviados para seu uso. Com recorrência, meus interlocutores destacaram a facilidade em adquirir estas mercadorias nos Estados Unidos, e a impossibilidade de comprá-los se ainda vivessem no Brasil, por causa dos baixos salários e do alto preço destes produtos.

Nem sempre estes produtos “de grife” são comprados pelos imigrantes em Boston. Alguns brasileiros que trabalham em casas de famílias norte-americanas abastadas, principalmente as *housecleaners*, disseram-me ter ganhado algumas roupas, sapatos e bolsas usadas de seus patrões.<sup>128</sup> É ainda comum a compra destes produtos falsificados em feiras e lojas clandestinas. Estas mercadorias são bastante elogiadas por seu preço baixo e por serem muito semelhantes às originais.

Esta circulação de produtos “de grife” entre imigrantes em Boston e pessoas com quem têm contato no Brasil pode ser

---

<sup>128</sup> A antropóloga Carla Barros expõe que, de acordo com as empregadas domésticas que pesquisou, “práticas clientelistas”, como dar roupas usadas ou sobras de comida para a empregada e sua família, eram exatamente o que caracterizaria uma “boa patroa” (Barros 2004). A também antropóloga Jurema Brites trata esta doação de objetos de patrões para empregadas domésticas no Brasil como “transmissão de patrimônio”, considerando-a não apenas como uma relação monetária (espécie de compensação ou complementação do pagamento), mas como um sistema de comunicação, que transmite significados sociais. Neste sentido, os bens são produtos e vetores de relações sociais. A autora lembra que são dados às empregadas os objetos usados, que não tem mais utilidade para os patrões, explicitando as relações de desigualdade e subalternidade. Para Brites, “na relação entre doador e donatário, quem dá uma coisa de segunda mão ocupa um lugar superior na hierarquia”, seguindo a teoria maussiana da dádiva. Ainda de acordo com a autora, está implícita a idéia de que “quando eu melhorar, você receberá coisas melhores também”, mostrando que “a ascensão social dos subalternos depende da ascensão que seus próprios patrões possam ter”. A antropóloga conclui que a “ascensão social dos pobres é representada como sendo dependente da relação com os seus superiores” (Brites 2008).

compreendida como um aspecto da globalização popular, termo utilizado por Ribeiro a partir da obra de Canclini (1982). Estas globalizações populares se configuram por uma apropriação desigual de bens econômicos e culturais no mundo globalizado por parte dos “setores subalternos”. Para Ribeiro (2010), estes processos são realizados pelo “povo”, que as condições gerais de produção, circulação e consumo do sistema, ao mesmo tempo em que provê as próprias estruturas. Deste modo, “há tanto uma interpenetração como uma interação conflitiva entre o popular e o hegemônico” (Ribeiro 2010).

Ribeiro, que centra sua análise na pirataria de produtos, considera que atividades ligadas aos mercados, fluxos e redes de comércio da globalização popular fazem parte do sistema mundial não hegemônico,<sup>129</sup> e são consideradas ilegais ou contrabando (assim como a circulação de muitos produtos “de grife” e eletrônicos de imigrantes na Grande Boston para o Brasil) por poderosos estabelecidos, o que leva a uma problematização sobre o que é legal ou ilegal, e lícito ou ilícito. Como aponta o autor, são as elites estatais que têm, ao longo dos séculos, mantido o monopólio da definição e da regulação da legalidade/ilegalidade.

As redes sociais transnacionais, formada por migrantes de diversos tipos, animam os fluxos internos ao sistema mundial não hegemônico. Ribeiro considera que a pirataria ameaça um dos “núcleos duros” da reprodução capitalista, que é a detenção de direitos de propriedade sobre mercadorias específicas, o que permite a manutenção de nichos exclusivos no “mercado de símbolos globais de *status*”. Os produtos “piratas” são cópias de “superlogomarcas” que designam “o conjunto de marcas celebradas internacionalmente e que se tornaram símbolos globais de *status* privilegiado (Louis Vuitton, Fendi, Victor Hugo, Armani, Dior, Gucci, Nike, Adidas, Rolex, Ray-Ban, Sony e muitas outras)”, que apresentam valor financeiro bastante alto, baseado

---

<sup>129</sup> Ribeiro (2010) denomina este sistema de “não hegemônico e não de anti-hegemônico, porque seus agentes não intenciam destruir o capitalismo global ou instalar algum tipo de alternativa radical à ordem prevalectente. É não hegemônico porque suas atividades desafiam o *establishment* econômico em todas as partes, nos níveis locais, regionais, nacionais, internacionais e transnacionais. Consequentemente, seus agentes são retratados como uma ameaça ao establishment e sentem o poder das elites políticas e econômicas que querem controlá-los. São reveladoras as atitudes que os Estados e as corporações têm com relação a práticas do sistema não hegemônico. A maior parte do tempo tais atividades são tratadas como assunto de polícia, sendo objeto de ação repressiva elaborada”. O sistema mundial não hegemônico compreende um grande número de atividades: tráficos de pessoas e de órgãos, quanto “trabalhadores, como camelôs, cujo “crime” é trabalhar fora dos parâmetros definidos pelo Estado” (Ribeiro 2010)

em seu valor simbólico baseado no *status*. O mercado de cópias piratas apresenta preços bem inferiores aos cobrados pelos originais devido a diversos fatores, como o não pagamento de impostos, a superexploração de trabalhadores, a não remuneração de uma série de fatores que fazem parte da composição do preço do bem de luxo (por exemplo, na indústria da alta moda, desfiles, revistas, publicidade e lojas sofisticadas) e o fato de realizarem cópias somente dos produtos da superlogomarca de maior sucesso de vendas.

As superlogomarcas, originais ou cópias, desempenham papel central na economia simbólica do luxo, numa época em que a distinção de *status* se confunde com a capacidade de possuir determinados objetos e manipular imagens que conferem aos consumidores identidades sociais diferenciadas (Lima, 2008; Santos, 2008). As cópias permitem manipulação consciente, por parte dos consumidores, dos jogos sociais baseados na distinção, que são formas de criar, manter e reproduzir *status*. Em última instância, isso significa formas de manipular impressões nas interações sociais com fins muito diversos, mas que acabam redundando em busca de poder pessoal em uma sociedade individualista e consumista. (Ribeiro 2010)

Ribeiro lembra que o impacto da pirataria sobre a indústria de bens autênticos não é necessariamente negativo, pois “a cópia valoriza o original”. Desta forma, os produtos autênticos tornam-se cada vez mais restritos de conhecedores capazes de perceber sua originalidade, sendo assim “portadores dos significados de distinção social mais desejados”. As cópias não são todas iguais, pois seu preço varia de acordo com sua qualidade. Ao enviarem estes produtos “de marca” para o Brasil, originais ou piratas, os imigrantes estão possibilitando o acesso de familiares, parentes e amigos a produtos que conotam distinção social, ao mesmo tempo em adquirem *status* em relação aos sujeitos que permaneceram em seu país de origem por viverem em um contexto que permite seu próprio acesso a estes produtos.

O fluxo no sentido inverso – do Brasil para os Estados Unidos – também apresenta recorrências. São enviados para imigrantes em Boston, com maior frequência, algumas comidas, medicamentos e

roupas. Na próxima sessão deste capítulo, trarei com maiores detalhes quais comidas são enviadas aos imigrantes.

### 4.3. *Medicamentos*

Os medicamentos são enviados através de pessoas que vão para os Estados Unidos, mas também pelos correios. Segundo informações de meus interlocutores, é possível enviá-los em envelopes ou caixas com receitas médicas. Há, no entanto, outras estratégias que me foram reveladas para possibilitar este envio. São enviados frequentemente analgésicos e pomadas para dores musculares, medicamentos para gripe e anticoncepcionais. De acordo com meus interlocutores, estes remédios os ajudariam a tratar de problemas de saúde, como dores musculares causadas pelo trabalho exaustivo, sem a necessidade de perder horas de trabalho para consultar médicos. Além disso, é preciso considerar que nos Estados Unidos boa parte do sistema de saúde é privada e de alto custo, o que dificulta o acesso a tratamentos. Já a fiscalização da venda de remédios é bastante rigorosa e muitos deles, como antibióticos, são vendidos apenas com receitas médicas. Outros brasileiros contaram-me que os remédios contra gripe vendidos em farmácias norte-americanas causam bastante sono, o que os impediriam de trabalhar e, portanto, diminuiria seus ganhos, já que muitos deles recebem por hora trabalhada.

Mas há também uma desconfiança em relação à eficiência de remédios vendidos nos Estados Unidos e até mesmo do diagnóstico de médicos norte-americanos. Duas interlocutoras contaram-me que os anticoncepcionais que compraram em Boston não tinham nenhum efeito, pois não regulavam seus ciclos menstruais. Já outras interlocutoras contaram-me que, para os médicos norte-americanos, “não há vermes nos Estados Unidos”. Uma delas contou-me que trouxe remédio de vermes do Brasil para dar ao neto. Além de medicamentos, também há o envio de plantas medicinais para o preparo de chás e remédios caseiros.

Sonia veio para a região de Boston porque tem primos por lá. Um deles é chefe de cozinha e tem restaurante. Todos têm “documentos”, menos ela. Quando chegou, trabalhou em um restaurante americano com os primos, onde preparava as frutas, vegetais, os ovos e o *bacon*. Os movimentos repetitivos a causavam fortes dores nos ombros e nas mãos. Por isso, pediu que a filha mandasse do Brasil o *Calminex*, uma pomada usada em animais para aliviar dores musculares. Ela disse que a filha, que faz biomedicina, descobriu “um jeito” de mandar *Premarim* (medicamento utilizado como repositor hormonal

feminino) para ela. Ela consegue receitas médicas e vai até um órgão do governo que a autoriza a mandar quantidades controladas.

Além destes medicamentos, são também enviados para os imigrantes na Grande Boston ervas para chás e remédios caseiros, como garrafadas, para combater uma grande diversidade de problemas de saúde, como anemia e dores de cabeça, por exemplo. Estes remédios são geralmente preparados por avós, mães ou outros familiares e conhecidos (na maior parte das vezes, pessoas mais velhas) que apresentam legitimidade na família ou vizinhança sobre estes conhecimentos a respeito de saúde e doenças.

#### **4.4. Roupas íntimas**

Roupas íntimas também são recorrentemente enviadas por familiares e parentes no Brasil para os imigrantes em Boston. Calcinhas e sutiãs “brasileiros” também podem ser encontrados em mercados brasileiros na região. Os imigrantes, principalmente mulheres, dizem não gostar do formato das roupas norte-americanas. Também há muitas reclamações em relação aos biquínis e às calças *jeans* de marcas norte-americanas, que, nas palavras de minhas interlocutoras, “não são feitas para o formato dos corpos das mulheres brasileiras”. As lojas brasileiras em Boston vendem calças e roupas íntimas a preços considerados caros. Estas peças de roupas, em geral mais curtas e ajustadas do que as norte-americanas, estão relacionadas a noções de sensualidade que comumente são associadas às mulheres brasileiras.

#### **4.5. Outros produtos**

São também enviados, mas em menor quantidade, perfumes de marcas brasileiras para os imigrantes em Boston. Alguns interlocutores, no entanto, afirmaram que “não compensa” receber estes produtos do Brasil, já que podem comprar perfumes marcas “de grifes” nos Estados Unidos a preços acessíveis.

Alguns de meus sujeitos de pesquisa recebiam com frequência objetos religiosos que deveriam ser usados para orações e/ou utilizados como formas de proteção espiritual. Dentre estes objetos, estavam crucifixos, velas, rosários e imagens de santos do Catolicismo. A maioria deles, antes de serem enviados, passaram por rituais que garantiriam sua eficácia como protetor de seu usuário, como bênçãos de padres ou outras autoridades religiosas reconhecidas. Estes objetos

correspondiam, na maior parte das vezes, a práticas religiosas que os sujeitos já tinham antes de migrarem.

Além de medicamentos, roupas e perfumes, meus interlocutores contaram-me receber ou ter recebido comidas – descrevo quais são elas a seguir.

#### 4.6. *A comida “que viaja”*

Como relatei anteriormente, meus interlocutores afirmaram não terem dificuldades para encontrar alimentos “brasileiros” em Boston. A crescente oferta destes alimentos nas últimas décadas acompanhou o aumento do fluxo de imigrantes do Brasil para a região. Apesar desta aparente facilidade em se encontrar e preparar comida “brasileira”, ouvi muitos relatos de imigrantes que recebem algumas comidas do Brasil. Da mesma forma que outros produtos relatados acima, essas comidas chegam principalmente em malas, trazidas por pessoas em viagem para os Estados Unidos, ou, com menor recorrência, pelos correios. Pelas minhas observações, este fluxo de comidas segue apenas um sentido: do Brasil para os Estados. Uma religiosa da Igreja Católica de Everett contou-me que a comunidade brasileira da região fez uma campanha para ajudar atingidos pelas enchentes em Santa Catarina em 2008. Foram arrecadadas e enviadas roupas e quantias em dinheiro, mas não comida, pois, segundo ela, “eles querem [a comida] de lá”.

É enviada para os imigrantes em Boston uma grande variedade de comidas: doces, frutas, verduras e até mesmo carnes. Alguns destes alimentos são mandados por não serem encontrados em terras norte-americanas, como jabuticaba, por exemplo. Outros alimentos podem ser encontrados, como mangas e jacas originárias da América Central ou de Estados do sul dos Estados Unidos, como Florida e Califórnia, mas são de variedades e sabores diferentes dos cultivados em terras brasileiras. Como destacam meus interlocutores, estes alimentos “não têm gosto” como os do Brasil.

De modo semelhante ao descrito por Lesdain (2002), na situação de migração, o valor atribuído ao sabor dos alimentos é proporcional ao valor sociais que lhes foram atribuídos. Neste sentido, os alimentos recebidos são investidos com um alto valor social, que é associado a um valor gustativo. Este valor social é perpetuado pelo uso que é feito de alimentos. Além disso, como afirmei anteriormente, o envio alimentos, assim como a circulação de outros produtos, ajudam a

materializar uma rede que liga os migrantes para a área de origem e migrantes entre eles (Lesdain 2002).

A comida e seus sabores são um veículo para a *memória*, marcada pela saudade do Brasil. Marília é de Vitória, no Espírito Santo, mora há 20 anos nos Estados Unidos e possui cidadania norte-americana. Ela costuma vir pelo menos a cada dois anos ao Brasil, e sempre leva alimentos para os Estados Unidos, inclusive atendendo pedidos de outros brasileiros:

“Eu me lembro que uma vez eu trouxe uma penca de banana prata, porque aqui não tem banana prata. (...) Aqui só tem banana nanica. (...) tem umas pessoas que falam caturra, no Espírito Santo a gente fala nanica. Eu lembro que uma senhora mineira me disse: “quando você for ao Brasil – tadinha, me deu uma pena dela! – traz uma banana prata pra mim, uma!” Não é que isso cortou meu coração? Aqui não tem banana prata não. Aí eu fui a um supermercado lá em Vitória, eu comprei bem verde. Menina, você acredita que chegou aqui dessa cor, amarela? A viagem daqui no Brasil é só um dia e pouco. Aí eu pensei assim: ‘vou ter que dar isso correndo, vai apodrecer!’ Então foi aquela festa, aquela alegria...”

Além da banana, outras frutas são frequentemente transportadas em malas para os imigrantes brasileiros em Boston. Marcos disse-me já ter trazido maracujá, manga (“porque aqui só tem aquelas mangas grandes, não aquelas perinhas, que são mais docinhas”), e também me contou como trouxe jaca: “Você tira os gomos dela, põe no vidro, *frisa*<sup>130</sup>, aí quando chega aqui *tá frisado* ainda.” Segundo Marcos, ele costuma receber jabuticaba periodicamente de um amigo que vêm todos os anos para o Brasil. Já Ana disse-me ter saudade de comer pinhão, que não encontra em mercados em Boston, e tê-lo recebido da irmã, que mora em Curitiba. Segundo ela, a irmã comprou pinhão em uma embalagem fechada a vácuo, e lhe enviou em uma caixa por correio.

Assim como frutas, também são enviados os produtos “da roça”, que são valorizados por meus interlocutores por serem “naturais”. Estes produtos estão relacionados à vida dos imigrantes no interior antes da migração, ou a representações idealizadas da vida campestre em oposição à vida urbana e seus alimentos industrializados, tal como apresentei no primeiro capítulo. No relato abaixo de Marília, é interessante perceber que as garrafas de cachaça “da roça” que compra

---

<sup>130</sup> “Frisar” é uma forma aportuguesada do verbo inglês “freeze”, que significa congelar, e é bastante falado pelos imigrantes brasileiros.

no Brasil não são para seu consumo, mas para serem dadas de presente para amigos brasileiros homens, que apreciam a bebida. Ela também costuma ter uma garrafa de cachaça em casa para servir amigos brasileiros que a visitam:

“Eu adoro trazer cachaça da roça pra trazer de presente para algumas pessoas, porque eu não tomo cachaça, mas eu sou apaixonada pelo cheiro da cachaça da roça. É do interior do Espírito Santo, lá tem muito alambique, eu acho isso o máximo, porque é uma coisa super natural”.

Alguns destes produtos “da roça” podem ainda ser relacionados ao que Appadurai denomina de “nostalgia imaginada”, que seria a nostalgia por coisas que nunca existiram, por corresponderem a uma idealização de outros tempos e lugares, ou ainda a uma “nostalgia sem experiência”, para falar da nostalgia por coisas que não faziam parte das práticas de consumo e estilos de vida praticados pelos sujeitos no passado (Appadurai 1996).

A pamonha também foi descrita por muitos de meus interlocutores como um produto “da roça”. Alguns brasileiros que possuem *Green Card* disseram-me receber pedidos para trazer pamonha, principalmente as preparadas por familiares de imigrantes no Brasil. José contou-me ter trazido na mala pamonhas para a prima de sua esposa que o receberia na Florida, assim que migrou para os Estados Unidos com a mulher e os dois filhos. Ele disse-me que teve problemas com a fiscalização na alfândega, mas “o guarda deixou passar” quando ele afirmou que seria para o consumo de seus filhos. As pamonhas tinham sido preparadas por parentes de sua esposa no Brasil.<sup>131</sup>

Além dos produtos “da roça”, outros alimentos levados para os Estados Unidos podem ser caracterizados por seu regionalismo, como queijos e doces. Jonas possui cidadania norte-americana e vem uma vez por ano ao Brasil. Ele costuma visitar o interior de Minas Gerais, onde nasceu, e comprar queijo. “Não é só o queijo mineiro, é o queijo da nossa região mesmo, o queijo cremoso, o mais típico da nossa região é o queijo cabacinha, que vinha pendurado numa tirinha.”

---

<sup>131</sup> Como afirmei anteriormente, segundo meus interlocutores, há dificuldade em preparar pamonha nos Estados Unidos por causa do milho cultivado naquele país. De acordo com eles, o “milho norte-americano” é mais doce e não apresenta consistência suficiente para o preparo da pamonha. Mas conheci duas brasileiras que afirmaram que é possível comprar “milho brasileiro” diretamente em algumas fazendas de proprietários norte-americanos no Estado de Massachusetts.

Os doces – cristalizados ou em compotas – são alguns dos alimentos mais enviados para os Estados Unidos. Jonas traz rapadura todas as vezes que vem ao Brasil, por isso não se preocupa em procurar este doce em Boston. Ele trazia doce de figo e de laranja cidra feitos por sua mãe quando ela ainda era viva. Depois que sua mãe faleceu, nunca mais trouxe doce. Diz que sua irmã, que mora no Paraná e vai todos os anos para Boston, faz os doces no Brasil e os leva para os Estados Unidos para distribuir para os três irmãos que moram lá. Segundo Jonas, “ela é a segunda mãe... ela cozinha igual à mãe.” Outros interlocutores falaram-me sobre o desejo de receber doces preparados por familiares no Brasil. Como me explicou Tadeu, “também se acha doce aqui [em Boston], mas não é da qualidade que a mãe e o pai fazem”.

Há ainda os doces que marcam eventos familiares importantes. Zilda contou-me que recebeu certa vez docinhos de festa de sua irmã - brigadeiro, beijinho, cajuzinho, entre outros – pelo correio, dentro de uma caixa de ovos. Conforme afirma a antropóloga Emma Abbots, em relação a comidas enviadas por parentes no Equador a imigrantes em Nova York em datas especiais, como aniversários, carnaval, natal etc., estas comidas têm o poder de romper o tempo e o espaço e (re)constituir os migrantes como parentes (2008: 13). Estas comidas nutrem ainda laços emocionais que estariam se desmanchando por causa da distância e dos anos sem contato físico (Codesal 2010), que são reforçados em momentos de festividades. Apresentam-se ainda como um importante vetor de reprodução social e identitária entre os imigrantes que se deslocam e os que permanecem no país, como mostra Lestage (2008) sobre a circulação de alimentos entre imigrantes nos Estados Unidos e seus familiares no México.

Além destes doces preparados pela família são também enviados os doces mineiros tradicionais. Vitória, cozinheira em Boston, recebeu de familiares do Brasil sete tipos diferentes de goiabada, feitas por fazendeiras mineiras que participam de concurso de culinária. Ela costuma fazer pedidos do envio de pão de mel (segundo ela, não tem em Boston), além de marmelada, doce de leite e de laranja – nenhum deles enlatado. As panelas de barro e ferro mineiras, expostas na sua cozinha, foram trazidas por irmãos e amigos. Ela costuma levá-las para servir comidas quando trabalha em festas.

Mas não são apenas as comidas caseiras ou feitas a mão que são mandadas para os imigrantes em Boston. Também são enviados alimentos industrializados que não são encontrados nos Estados Unidos, como bombons e chocolates de marcas brasileiras. Mônica, que atualmente mora nos Estados com as duas filhas e o neto, conta que

enviou salgadinhos para elas: “quando eu fui pro Brasil eu mandei uma caixa de *cheetos* para as meninas, de tanto que elas gostavam e que aqui não achavam lá... aí fizeram uma lista e eu mandei uma caixa destas coisas pra elas”. Após voltar para Boston, Mônica pediu para parentes em viagem para os Estados Unidos levarem suspiro e cocada baiana. “Agora minha sobrinha vai vir e vai trazer um monte destes cristalizados”, ela me contou.

Alguns produtos industrializados em Boston são tidos como diferentes dos similares comprados no Brasil e, por isso, são também enviados para os imigrantes em Boston. Marília disse-me sempre trazer café *Pilão* do Brasil, que considera um dos melhores cafês. Esta mesma marca pode ser encontrada nos Estados Unidos, inclusive em lojas brasileiras, mas, nas palavras de Marília, “é ruim demais”.

Meus interlocutores também me contaram ter levado ou recebido carnes. A carne brasileira é considerada diferente da norte-americana por causa do corte, mas também por causa do “gosto”, assim como outros alimentos citados anteriormente. Cecília disse-me que seu marido, pastor, certa vez ajudou um ex-aluno brasileiro a conseguir lugar para ficar em Boston e lhe forneceu outras informações úteis para seu estabelecimento na região. Em retribuição, o jovem lhe perguntou se queria que levasse algo, e o pastor respondeu que queria uma picanha. Segundo Cecília, ele levou duas. O jovem as teria comprado pouco antes da viagem, maturadas e congeladas, e colocado-as embrulhadas em uma caixa de *esopor*. De acordo com Cecília, que mora legalmente com a família em Boston,<sup>132</sup> é bastante comum receber pedidos para trazer carne de seca do Brasil, pois esta é dificilmente encontrada nos Estados Unidos, mas ela se recusa por ser proibido. Outros interlocutores disseram-me ter pedido lingüiça, cujo transporte em malas nos aeroportos é proibido, pois “não é possível encontrar lingüiça como a brasileira” em Boston. Já Marcos contou-me ter trazido carne de tatu, que ganhara de uma amiga da família em uma de suas viagens para Minas: “a gente fritou ele e colocou em um pote de creme de cabelo.”

Através destes exemplos, podemos perceber que determinados produtos, como aparelhos eletrônicos e os produtos que denominei “de grife” ou “de marca” são, muitas vezes, enviados para o Brasil atendendo a pedidos de pessoas que apresentam relações com os

---

<sup>132</sup> Padres, pastores (e seus familiares) e freiras podem viver legalmente nos Estados Unidos com vistos específicos concedidos a religiosos.

brasileiros em Boston. Alguns destes produtos são enviados na forma de presentes – ou seja, não apresentam nenhum custo àquele que o recebe. Geralmente, isto ocorre com pessoas de relações próximas aos imigrantes, como familiares e parentes, e/ou em datas comemorativas, como aniversários, formaturas e casamentos. Outras vezes, quando são encomendados por sujeitos no Brasil, seus valores são cobrados. Em geral, estes preços são bem abaixo dos preços de mercado em lojas brasileiras. Proponho que, em ambos os casos, esta circulação pode ser compreendida como um dom (Mauss 2004), independente da relação com a cobrança pelo valor do produto. Reproduzo aqui as críticas de Appadurai de que há um exagero e uma reificação da diferença entre *commodities* e dons (1986: 11).<sup>133</sup> Penso que, os casos em que são cobrados apenas os valores de custo do produto (incluindo, algumas vezes, o custo do envio) não podem ser caracterizados como uma relação mercantil, pois esta circulação de produtos envolve um estreitamento dos laços sociais entre os sujeitos que dela participam e ocorre uma expectativa de reciprocidade de comportamentos e favores. Além disso, o envio destes produtos considerados caros pelos brasileiros não ocorre sem riscos (por exemplo, de ser confiscado ou ser taxado de impostos pela Receita Federal na alfândega dos aeroportos por ultrapassar o limite permitido para trazer mercadorias do exterior) e envolve relações de confiança. Deste modo, minhas considerações corroboram com a afirmação de Klaas Woortmann (1990) de que a reciprocidade afirma-se pela negação do negócio, que seria a obtenção de lucro, ainda que nada seja trocado.

O pagamento em dinheiro pago pelo produto não anula o dom nem torna o ato uma transação puramente mercantil. Na circulação dos produtos, há um intervalo de tempo, o que, segundo Derrida, é essencial para o dom. De acordo com o autor, “é preciso que a coisa não seja restituída imediatamente nem o instante. É preciso (o) tempo, é preciso que dure, é preciso a espera sem esquecimento”. Este tempo é delimitado por um prazo delimitado, nem longo nem curto demais. “A coisa não é *no* tempo, ela é ou tem (o) tempo como ritmo, um ritmo que não lhe advém um tempo homogêneo mas que o estrutura originariamente” (Derrida 1995: 47).

---

<sup>133</sup> Appadurai também contribui para pensar a definição de *commodity*. Segundo o autor, todas as coisas são *commodities* em potencial. Neste sentido, há uma “situação de *commodity* na vida social de qualquer coisa”, que ele define como a situação na qual sua trocabilidade, no passado, presente ou futuro, por alguma outra coisa é sua característica socialmente relevante (1986: 13). Nesta definição, Appadurai inspira-se em Simmel, que considera a troca como a fonte da avaliação do valor dos objetos.

Neste sentido, não há contradição entre dom e relações de mercado. Godbout esclarece as características do dom quando passa a estabelecer suas diferenças em relação ao mercado e ao Estado. São diferenças entre dom e mercado: importância da *gratuidade* e *espontaneidade* do dom, grau de imprevisibilidade do dom (muitos são unilaterais) e o fato de dom ter horror ao equilíbrio (não há equivalência mercantil – para Godbout, a idéia da equivalência a longo prazo é mito do antropólogo). Segundo o autor, *sempre se dá mais do que se recebe*, e é fundamental pensar que há, na maioria das vezes, *prazer no dom*, pois este não se baseia apenas na expectativa do contra-dom. Para compreender esta idéia, é preciso alargar a noção de retribuição (que pode estar presente no próprio gesto de dar, no reconhecimento ou gratidão) e a noção de gratuidade do dom (o dom é gratuito não no sentido de que não há retorno, mas de que aquilo que circula não corresponde às regras da equivalência mercantil). Godbout ressalta que as coisas, no dom, têm o “*valor de laço*”. O dom pode ser encontrado em empresas, alimentando redes de afinidades e alianças, mas se for usado de modo puramente instrumental, perde sua eficácia. O mercado liberta dos laços sociais – cria o indivíduo moderno. Por isso, sempre que introduzimos o valor de laço saímos do mercado. Em relação ao Estado, Godbout afirma que, enquanto o dom é sistema livre (responsabilidade dos laços) e vive da diferença, o Estado é obrigatório (responsabilidade dos direitos) e busca a igualdade (Godbout 1992).

Portanto, a circulação de dinheiro não qualifica a relação; é a liberdade a partir do valor de mercado que a determina (Lesdain 2002). Deste modo, o dinheiro não possui as características propostas por Simmel de tornar tudo impessoal, sendo um “nivelador” de todas as coisas, por expressar “todas as distinções qualitativas entre elas mediante distinções do quanto” Para o autor alemão, ao se tornar “o denominador comum de todos os valores”, o dinheiro retiraria a essência e o valor específico dos produtos (Simmel 2005). Em relação aos produtos que são enviados pelos imigrantes, o dinheiro pode atuar em duas direções, conforme apontado por Simmel: como “um meio de relacionamento e de comunicação totalmente universal e efetivo”, estabelecendo “círculos sociais cada mais abrangentes”, e ainda como um meio que confere autonomia e independência das pessoas, “permitindo a individualização e a liberdade” (Simmel 1998: 28-29).

#### *4.7. A circulação de saberes*

As comidas são constantemente enviadas do Brasil para os imigrantes brasileiros em Boston, como relatei anteriormente. No entanto, além delas, circulam saberes alimentares entre as duas localidades, que também podem ser compreendidos como remessas sociais, utilizando o conceito de Levitt (1998). Em minha dissertação de mestrado, mostrei que os cadernos de receita de uma comunidade de camada popular evidenciavam redes de sociabilidade. Esta mesma constatação pode ser feita em relação aos imigrantes em Boston. Alguns deles me contaram ter aprendido receitas através de contatos com familiares e parentes no Brasil.

Marisa está há mais de 20 anos em Boston, e disse-me ter aprendido a cozinhar depois de ter migrado para os Estados Unidos. No Brasil, ela costumava comer a comida preparada por sua mãe.

“Quando eu vim pra cá, quando eu saí do Brasil, eu não sabia cozinhar. Não cozinhava no Brasil. Sempre tinha quem fazia.”

“O meu arroz era que nem cola, aquela coisa papada. Aí você vai aprendendo, vai pegando os macetes, a quantia certa de arroz, a quantia certa de água. Aprende com um, aprende com outro. Apreendi muita coisa por telefone, com as minhas irmãs. Aquela moqueca capixaba que eu sei fazer muito bem, eu aprendi por telefone, com elas.”

No caso de Marisa, é interessante perceber que ela aprendeu a preparar a moqueca capixaba – prato considerado símbolo da culinária de seu Estado. Estes pratos “típicos” são geralmente preparados pelos imigrantes em festas e reuniões sociais, para demonstração de seus laços e particularidades de seu local de origem. No Festival de Acarajé organizado por Maria, que relatei no capítulo anterior, ela disse-me ter aprendido a preparar acarajé e caruru com as tias. Durante o preparo destes, ligou para as tias para perguntar se havia uma maneira de retirar a baba dos quiabos de forma mais rápida, já que o preparo do vatapá, devido à grande quantidade, demoraria bastante tempo. O resultado bem-sucedido do Festival também foi compartilhado com as tias de Maria no Brasil. Logo após o final do evento, ela ligou para as parentes.

Neste sentido, é evidenciada a importância da alimentação nos contatos com os “outros” – outros brasileiros e também de outras nacionalidades. Os filhos de Eulália, que moram em Estados americanos

distantes de Massachusetts, costumam ligar para ela para pedir receitas de pratos “típicos” brasileiros. Eles usualmente preparam estes pratos em jantares para amigos norte-americanos.

“Os meus filhos ligam pra mim: ‘mãe, como se faz rabada?’ Porque eles gostam de inventar na casa deles. Todos os dois cozinham muito bem. Pra impressionar lá foram eles fazer só [comida] brasileira. É o carro-chefe.”

Estas receitas não são repassadas apenas por telefone. A Internet também é um meio através do qual estes saberes culinários circulam entre brasileiros. Inês, por exemplo, costumava colecionar receitas enviadas pelas irmãs e pela mãe por e-mail. Para procurar receitas na Internet, ela contava com a ajuda do filho de 18 anos, que estava colecionando as receitas em um arquivo do computador da família.

Estes saberes não circulam apenas entre Boston e diversas localidades do Brasil. Há também uma grande circulação de receitas entre brasileiros em Boston. Os saberes alimentares são repassados e atualizados através do contato com os “outros”, especialmente em eventos de comensalidade. Desta forma, observei que muitos pratos de culinárias regionais do Brasil tornam-se conhecidos de imigrantes brasileiros nos Estados Unidos através do contato com brasileiros provenientes de diferentes Estados. Marisa, por exemplo, que é capixaba, relatou-me ter aprendido a preparar uma salada de batatas que preparou em seu jantar de aniversário com uma amiga mineira em Boston. Ela também me disse ter “aprendido a gostar” de jiló com Eulália, que a convida para almoçar e jantar em sua casa frequentemente.

Além de receitas de comidas, há também uma circulação de receitas ou conhecimentos sobre medicamentos ou outras preparações para saúde e, mais especificamente, para emagrecimento. Rosana, por exemplo, apresentou-me a receita de “Ração Humana”, que ela conseguiu na Internet, após saber, por meio de parentes no Paraná, que era “uma febre no Brasil”. Conforme ela me explicou, a ração – uma mistura de grãos e cereais – era utilizada tanto para emagrecer quanto para engordar, e “não faz mal nenhum”. Também circulam, entre os imigrantes em Boston, informações sobre onde comprar medicamentos para emagrecimento. Durante minha estadia em campo, acompanhei a ida de muitos imigrantes, que eram amigos, a uma loja de produtos naturais chineses onde compravam pílulas para emagrecer. Esta

preocupação com o emagrecimento é coerente com as afirmações de Claude Fischler (1992, 1995) a respeito da “sociedade lipofóbica”, com a responsabilização da alimentação pelos males à saúde (e, conseqüentemente, a dos sujeitos gordos ou com sobrepeso pela transgressão de regras alimentares) e a imposição do ideal de corpos juvenis e magros.

#### **4.8. O envio da caridade**

Além deste fluxo de produtos entre os imigrantes brasileiros em Boston e parentes, amigos e conhecidos no Brasil, também circulam outros produtos com um destino diferente – a caridade. São produtos doados para instituições de caridade ou diretamente para pessoas em necessidade. A maioria destes produtos são roupas, compradas nos Estados Unidos a preços bem inferiores aos que seriam pagos no Brasil, ou então são dadas aos imigrantes por seus patrões, principalmente a *housecleaners* que fazem limpezas em casas de famílias abastadas. Estas mercadorias são usualmente transportadas em caixas através de transportadoras e, segundo meus interlocutores, a exemplo de outras mercadorias, como já mencionei anteriormente, eram enviadas com mais freqüência quando este serviço era mais barato há alguns anos.

Mas as doações não são feitas apenas em períodos de desastres, como no caso da enchente, ocorrida em 2008 em Santa Catarina, que mobilizou imigrantes na Grande Boston a arrecadarem roupas, lençóis e outros produtos, além de dinheiro, para os desabrigados no Brasil. A maioria de meus interlocutores afirmou que passaram a fazer doações apenas depois de migrarem para os Estados Unidos. Estas doações são feitas, mais recorrentemente, com a intermediação de amigos ou parentes. Livia é um exemplo. Ela contou-me ter enviado a uma instituição de caridade da sua cidade natal, no interior do Espírito Santo, caixas com brinquedos, roupas e sapatos. Estas doações foram feitas por intermédio de sua irmã. Agora, ela diz não enviar mais estes produtos para doação, devido ao encarecimento do envio de caixas por transportadoras especializadas. O mesmo serviço pelo correio é ainda mais caro.

Eulália mora nos Estados Unidos há 22 anos. Após 17 anos, ela e o marido conseguiram o *Green Card* e voltaram à sua cidade natal, no interior da Bahia para rever os familiares e parentes. Eulália enviava

com frequência caixas com roupas, lençóis e toalhas para os parentes e também para a doação a pessoas necessitadas.

“Desde o dia em que eu pisei aqui nesta terra, eu não esqueci ninguém deles. Então, por exemplo, se eu mandava uma caixa para a minha mãe, eu mandava uma caixa para a família dele, para os amigos, e essa minha madrinha que morreu, eu mandava as caixas pra casa dela, mandava seis, sete caixas... Ela morava perto de córrego e em época de enchente aquilo enchia, ela abria a porta da garagem dela, e o pessoal quando via as caixas sabia... nunca tinham me visto, mas iam lá pra escolher alguma coisa. Antes de eu ir para o Brasil eu mandei oito caixas. Aí eu tinha conversado com a minha madrinha. A minha madrinha, como a minha mãe biológica, elas sofreram heart attack fulminante. Então não teve meio termo... aí eu falei: madrinha, eu mandei as caixas praí, aí a gente vai dividir, porque eu queria ver todo mundo... não era pra mim ver agradecimento. Era só para eu ver o trabalho que ela fazia. Aí no dia 22 ela morreu, eu cheguei no dia primeiro de março, as caixas chegaram no dia três. E mesmo assim eu fui lá para a casa dela, e fiz aquele trabalho como se eu fosse aquela pessoa que mora... porque eu não queria que em nenhum momento aquelas pessoas soubessem que era eu quem mandava. Aí elas chegavam, pegavam aquela peça de roupa... porque é muito mais gratificante o que eu ouvi das pessoas. Porque elas pegavam a peça de roupa e diziam ‘oh, meu Deus, toma conta dessa pessoa que mandou isso aqui’. E eu tava lá.”

Para Eulália, enviar caixas com produtos para todos os parentes de sua família e a de seu marido era uma demonstração de uma ligação com eles, uma evidência de que não os esquecerá. Nas doações, ela destaca seu caráter abnegado, e a gratificação que o próprio ato de doar lhe proporcionara.

Nestas doações, podemos ver a circulação de dons através da definição que Godbout. O autor relembra a obra de clássica Mauss para pensar as sociedades contemporâneas modernas. Na definição de Godbout (1992), “o dom é toda a prestação de bens ou serviços efetuada sem garantia de retribuição que tem o objetivo de criar ou alimentar laços sociais entre pessoas. O dom, como modo de circulação de bens ao serviço dos laços sociais, constitui elemento essencial a toda sociedade”. Godbout analisa o dom realizado a desconhecidos, a exemplo dos dons de caridade, como uma novidade moderna. Ele lembra que o dom é gratuito não no sentido de que não há retorno, mas de que aquilo que circula não corresponde às regras da equivalência mercantil. A retribuição, no caso da caridade, tem um sentido mais alargado: está no

próprio gesto de quem recebe e demonstra reconhecido e gratidão por aquele que doou. Ainda de acordo com o autor, a retribuição existe mesmo quando não é desejada e está também no próprio gesto de doar, pois os doadores são transformados pelo dom. Neste sentido, o dom pode ser entendido como um ato moral.

No caso das doações dos brasileiros que venho citando, é importante ressaltar que ainda que sejam feitas a desconhecidos, como fala Godbout (1992), eles são intermediados por parentes destes imigrantes – no caso de Eulália, sua madrinha. Estes “recebedores” não são de lugares desconhecidos, mas encontram-se (com exceção dos atingidos pelas enchentes) nas cidades natais dos imigrantes.

Nem sempre o que se doa são mercadorias, como roupas e lençóis. Dois interlocutores disseram-me ter projetos voltados a caridade no Brasil. Ricardo, que possui cidadania norte-americana, disse-me que pretende realizar um trabalho voluntário em Governador Valadares, onde nasceu, no interior de Minas Gerais, voltado à educação:

“A gente (ele e os dois filhos) pensa em, uma vez por ano, eu quero voltar a minha terra, eu quero durante 30 dias fazer um movimento com as pessoas, principalmente, os mais novos e os mais idosos. Porque os idosos no Brasil são os mais chutados”.

Ricardo elogiou bastante os norte-americanos, que, segundo ele, “sabem dar”, pois envolvem-se em trabalhos comunitários. Ele mesmo foi auxiliado por um deles quando se preparou para o teste de História norte-americana, um dos requisitos para se obter a cidadania. Para Ricardo, o trabalho voluntário “dá retorno, traz satisfação pessoal”.

Vitória também tem intenção de realizar projetos voltados a comunidades de baixa renda no Brasil. Ela é cozinheira, e desde 2001 trabalha em Boston para juntar dinheiro para construir uma escola de culinária em Ouro Preto, Minas Gerais. Nesta escola, ela pretende atuar na formação de cozinheiros e valorizar a culinária regional. Ela me contou que também quer que a escola tenha um espaço para a educação de crianças pobres, como aulas de artesanato. Segundo Vitória, estas aulas podem ajudá-las a encontrar emprego quando forem adultas.

## 5. Os brasileiros que voltam: ambigüidades e contradições

No início deste capítulo, discuti sobre a circulação de coisas entre os participantes de redes sociais em Boston e no Brasil. Alguns destes produtos vão para Boston ou são trazidos para o Brasil graças às viagens de brasileiros que são imigrantes legais nos Estados Unidos – os residentes permanentes, portadores de *Green Card* – e os que possuem dupla cidadania (brasileira e norte-americana). A maioria destes brasileiros migrou para os Estados Unidos indocumentada, e adquiriu a situação legal após alguns anos de permanência naquele país. Grande parte deles vive em terras norte-americanas há mais de dez anos, ou migraram para lá antes do ataque terrorista de 11 de setembro de 2001, quando as possibilidades de legalização era maiores.

Quando chegam ao Brasil, estes brasileiros não trazem consigo apenas produtos. Muitos deles retornam após anos longe do país, e trazem expectativas de reencontrar lugares e pessoas. No entanto, o distanciamento geográfico e temporal do Brasil gera impactos no entendimento do que é o Brasil e de quem são os brasileiros. Ao chegarem ao Brasil, deparam-se com uma realidade diferente da que idealizavam quando estavam nos Estados Unidos, e com frequência fazem comparações entre os dois países. Como afirma Schutz (1974), qualquer volta ao lar implica transformações – o que é válido para o retorno dos migrantes ao Brasil. O lar para o qual se retorna não é mais o lar que deixou nem o que recordava e do qual sentia saudades durante sua ausência. Da mesma forma, quem retorna ao lar não é mais o mesmo que o deixou – nem para si mesmo nem para aqueles que esperavam seu retorno.

A transnacionalidade experienciada por estes sujeitos pode ter consequências negativas para aqueles que vivem, simultaneamente, em dois tempos e dois espaços. Como mostra Margolis (1998), os imigrantes brasileiros convivem com as contradições entre as necessidades materiais e emocionais. As ambigüidades destes imigrantes permitem, por um lado, acumular conhecimentos que os permitem transitar em dois contextos diferenciados. Por outro lado, podem proporcionar sentimentos de estranhamento e inadequação nos dois lugares. Glick-Schiller, Basch e Blanc-Szaton colocam, a respeito de imigrantes granadinos, que suas experiências de vida não podiam ser segmentadas entre as sociedades de origem e a de destino, pois tornava-se difícil identificar seus pertencimentos. Deste modo, os valores dos

dois lugares não são substituídos nem esquecidos, pois fazem parte de uma única experiência social (Glick-Schiller et al. 1993).

A antropóloga francesa Chantal Crenn mostra, através de etnografia realizada com imigrantes retornados a Mali e Senegal (Crenn et al. 2010), que há ambigüidade nas experiências vividas por estes indivíduos: tais pessoas precisam, ao mesmo tempo, mostrar que adotaram, com sucesso, valores da sociedade de chegada (a fim de consolidar seu *status* enfraquecido, por causa de sua separação com a sociedade de partida) mas também como ele/ela continuam sendo “um deles” através da celebração de “tradições” ou renunciando ostensivamente a certos hábitos ocidentais (no caso dos pesquisados por Crenn, os hábitos sanitários são um exemplo).

A vinda dos brasileiros portadores de *Green Card* ao Brasil ocorre principalmente no final do ano, próximo ao Natal e do verão brasileiro, momento de reunião de familiares e parentes. Quando falam sobre o impacto que tiveram ao voltar para o Brasil, estes brasileiros mencionam com freqüência aspectos negativos das cidades brasileiras, como poluição. Em seus discursos, é bastante recorrente descreverem a sujeira das ruas e as pichações em prédios e muros. Outros temas constantes são os problemas enfrentados no trânsito a falta de segurança das cidades brasileiras. Eles dizem terem medo de assaltos e balas perdidas, citam as notícias sobre violência urbana no Brasil que assistem em Boston, e frequentemente comentam os baixos índices de criminalidade nos Estados Unidos, a eficiência da polícia e Justiça norte-americana, e a tranquilidade com que caminham nas ruas daquele país.

As hierarquias sociais no Brasil também são comentadas pelos imigrantes. Jonas – a exemplo de outros brasileiros em Boston com quem conversei – destaca a igualdade e liberdade da sociedade norte-americana, em oposição à realidade social no Brasil, descrita como mais restritiva em relação às liberdades individuais.

“Você acha que um pobre tem coragem de ir de chinelo de dedo em um shopping. Olha como é aqui, o que você vê nos lugares. Você vê cada tipo de pessoa. Isso é cultural, com o tempo você se adapta a isso. Mas se você olhar com a cultura que nos fomos desenvolvidos nos Brasil... porque aqui é um país livre. Você não sendo indecente, aí é outra história, mas você usa o que você quiser. No verão você vê as pessoas aqui de chinelo. Só não entram descalças por motivo de segurança.”

Jonas também narra as desigualdades de camadas sociais ao se referir aos churrascos no Brasil. Ele, que é originariamente do interior de Minas Gerais, disse-me ter em sua casa nos Estados Unidos duas churrasqueiras – uma com carvão e outra a gás. Na fala dele, a presença ou não de churrasqueira em casa pode ser entendida como um marcador da situação econômica da família no Brasil, como mencionei no capítulo anterior.

Apesar de algumas desilusões, os brasileiros que retornaram ao Brasil também comentaram a emoção do reencontro com membros da família, parentes e amigos. Este reencontro é motivo de grande expectativa entre alguns brasileiros com quem conversei em Boston. Alguns deles que nunca retornaram ao Brasil após migrarem para os Estados Unidos, revelaram temores em relação a este reencontro, principalmente como seria o relacionamento com os filhos após anos distantes de seu convívio. Ao mesmo tempo em que demonstram anseio em retornar ao Brasil, temem também a (re)adaptação ao local de onde partiram, como a falta de emprego, diminuição nos ganhos e restrições do poder de compra em relação ao que apresentam nos Estados Unidos.

No entanto, não são apenas os imigrantes que se surpreendem quando retornam ao Brasil, e revisitam lugares e reencontram pessoas. Aqueles que ficaram no Brasil também encontram diferenças naqueles que migraram e retornaram. Segundo meus interlocutores portadores de *Green Card*, quando voltam ao país, são frequentemente “acusados” por parentes e amigos de terem se “americanizados”. Esta “americanização” é descrita geralmente pelos modos de falar, utilizando termos em inglês, de se vestir, mas também em relação aos comportamentos, como o exemplo de Marisa, que voltou para o Brasil após sete anos nos Estados Unidos:

“Quando eu cheguei lá [no Brasil], todo mundo falava: ‘você não é brasileira, você não é daqui.’ Primeiro, a cor que eu tava nessa época. Eu não ia muito a praia aqui. Hoje em dia eu já vou mais a praia. E com o cabelo muito loiro, pintado como eu sempre gostei, que eu pintava desde quando eu estava no Brasil, que eu clareava desde os treze anos de idade. Então com aquele cabelo loiro e branca daquele jeito, as pessoas falavam: ‘nossa, você tá uma americana demais’. ‘mas como gente?’ ‘A sua roupa, o seu modo de falar’, eles falam disso.”

“As minhas amigas falam por MSN: ‘você tá muito americana’.”

Em geral, assim como Marisa, meus interlocutores negaram em seus discursos que tenham se “americanizado”. Eles criticaram

recorrentemente aqueles que voltam ao Brasil e “fingem não terem esquecido o Português”.

“Eu não chego lá fingindo que eu não sei falar português. Eu chego lá rasgando no português, porque eu sou brasileira. Apesar da gente ouvir histórias de brasileiros que chegam lá fingindo que esqueceram o português... tem dificuldade... falam muito inglês com as pessoas lá... a gente sabe de cada historia!”

A língua aparece como elemento fundamental na conexão entre os brasileiros que voltam dos Estados Unidos e os que permaneceram no Brasil. Deste modo, voltar falando português é caracterizado como um sinal de conexão com o local de origem e com as pessoas de sua rede social. A importância da língua é salientada pelos pais que ensinam português para os filhos. Em suas falas, justificam que falar português é uma forma de estabelecer, manter e reforçar as relações de seus filhos com os avós e outros parentes no Brasil.

“A filha da minha prima chegou lá no Brasil, as pessoas odiaram... a menina odiou o Brasil, porque não entendeu nada... gente, a menina ficou isolada. Eu falei pra ela: não é que as pessoas não gostaram de você, elas não entenderam o que você fala. Aí eu falei pra mãe dela: a culpa é sua, ela ficou mal... agora ela tá na aula de português.” (Eulália)

“Os meus meninos, a professora deles fui eu. Eu cheguei lá no Brasil e eles pareciam que nunca tinham saído de lá.” (Eulália)

Eulália, cujos trechos da entrevista que me concedeu estão acima, destacou a importância da língua portuguesa tal como falada no Brasil. Seus filhos frequentaram uma escola portuguesa quando chegaram aos Estados Unidos, e a mãe os retirou desta escola e os colocou em uma escola norte-americana, onde apenas a língua inglesa é falada. Neste caso, percebemos que a língua portuguesa não é apenas um meio facilitador da comunicação, mas deve ser um identificador da origem das pessoas como brasileiras.

“Eu tava em casa, meu filho que tava no *kindergarten* disse: mainha, vem aqui ver meu dever. Fui ver, tava tudo “oiro”, “toiro”... aí eu assim: amanhã você sai disso. Tirei ele e coloquei numa escola regular. O português fica por minha conta. E eles falam português, o nosso. Tem só um pouco de dificuldade de escrever...” (Eulália)

Meus interlocutores também disseram realizar esforços para mostrar que continuavam a ser as mesmas pessoas que eram antes de migrarem para os Estados Unidos. Desta forma, buscam evitar o afrouxamento dos laços sociais com aqueles que permaneceram no Brasil. Ao afirmarem não terem mudado após a migração, procuram negar as possíveis desigualdades causadas por sua ascensão social que podem separá-los de seus familiares, parentes e amigos. Na fala de Eulália, este desejo de demonstrar não ter mudado é exemplificado com comidas que utilizadas como marcadoras de diferenças entre camadas sociais.

“Você não pode mudar muito o seu costume não, porque quando você vai no meio das outras pessoas lá, passa carta de antipatia... ah, fulana é tão metida... A galera fala... Lá em Feira de Santana, então... o xente! Tava aqui comendo jabá, agora quer comer caviar. Nem conheço caviar... conheço, mas nunca comi porque tenho nojo.”

Ao se referirem à comida, estes brasileiros disseram também ter buscado a *simplicidade*. Contaram-me que queriam comer pratos simples, do cotidiano, pois eram destes que tinham mais *saudade*, o que às vezes contraria as expectativas dos familiares no Brasil, como vemos no caso de Marisa:

“Quando eu ia, me perguntaram o que eu queria comer. Aí eu falei: ‘eu quero comer arroz, feijão, fígado, que eu sou tarada por fígado de galinha, feijão batido no liquidificador e pire de batata. Aí minha mãe falou: ‘mas que comida simples, pede uma coisa mais...’ eu falei: ‘não, mãe, é isso que eu quero!’ (...) pra eles, é uma novidade muito doída um restaurante japonês, agora eu acho que é moda no Brasil, tudo que é novidade... uma vez eu fui ao *mall*, em um *shopping center* com a minha família, aí na praça de alimentação eu lembro que cada um foi pra um canto... minhas sobrinhas queriam Mcdonalds, elas disseram: ‘vamos no Mcdonalds, tia!’, eu disse: ‘Deus me livre’. Eu fui pra um restaurante que tinha comida brasileira... é isso que eu quero. É isso que a gente quer. A gente vê tanto *junk food* aqui... eles chamam a gente pra comer comida japonesa. Aí eu falo: ‘não gente, eu quero arroz, feijão e polenta.’”

No discurso de Marisa, percebemos que há diferentes formas de significar e valorar os *fast foods*. Mostrei no capítulo 2 que, entre meus interlocutores em Boston, comer *hamburgers* e outras comidas rápidas

eram considerados degeneração na alimentação dos imigrantes. Entre as sobrinhas de Marisa, no entanto, podem ser entendidos como comida jovem e moderna, para frustração da tia.

Apesar desta tentativa em mostrar uma continuidade em seus comportamentos e práticas, inclusive alimentares, em relação aos que tinham antes de migrarem, estes brasileiros demonstraram mudanças em suas práticas e também percepções sobre as práticas alimentares que tinham do Brasil. Lúcia, que é originariamente de Curitiba, contou-me que, quando veio ao Brasil, preparou uma moqueca, e temperou com “*cilantro*” (em português, coentro), que, segundo ela, é um tempero “muito usado por mineiros”. Ela aprendera a utilizar este condimento com uma colega da Igreja em que frequenta, que é mineira. Quando chegou ao Brasil, sua mãe espantou-se com o uso de cilantro: “Minha mãe perguntou: você vai por isso? Ora, eu tenho que colocar... Não é do nosso paladar, lá do sul...”

Além de perceber transformações em seu modo de cozinhar oriunda do contato com outros brasileiros em Boston, Lúcia revelou a decepção que teve, juntamente com seu marido e seus filhos, ao comer peixe na beira da praia em seu retorno no Brasil. Como ela, outros brasileiros contaram-me sentir saudade de comer peixe e também beber bebidas alcoólicas, principalmente cerveja e caipirinha, na praia como faziam antes de irem para os Estados Unidos. Lá, o consumo de bebidas alcoólicas nas ruas não é permitido. Quando chegou ao Brasil, Lúcia percebeu que seu *paladar* tinha se modificado ao se decepcionar com o sabor dos peixes que comeu.

“Agora a gente sente a diferença ao inverso. No ano passado, nós fomos pra Parati. E a gente falava: ‘ai, que saudade daquele peixinho frito na praia...’ E a gente foi, pediu, nós tentamos umas três vezes em restaurantes diferentes... mas daí não era igual, não era mais igual. Até que caiu a ficha, não peraí, é o nosso paladar que não é mais igual, porque agora a gente já acostumou com as coisas daqui, com o paladar daqui, não de lá.”

É interessante, no entanto, perceber que, no discurso de Lúcia, há uma contradição exposta nesta mudança. Se seu paladar, ou gosto, como trato no Capítulo 2, mudou em relação ao peixe na beira da praia, o mesmo não ocorreu com a comida de sua mãe. Segundo Lúcia, “Comida da mãe é comida da mãe, é sempre boa.” Neste sentido, seu gosto é descrito como inalterável quando se refere a seus laços familiares mais próximos, o que não acontece com práticas que eram

eventuais em seu cotidiano antes da migração, como comer peixe na beira da praia.

Um dos impactos mais frequentes que meus interlocutores narraram ter sentiram em relação à alimentação quando chegaram ao Brasil foi a da rotina alimentar. Como expus no Capítulo 2, o Brasil é constantemente idealizado como o país onde “há tempo para comer”. Após voltarem para o país depois de anos de ausência, eles disseram ter percebido uma maior abundância alimentar – o Brasil é então descrito como o lugar onde se come mais, tanto em maior número de refeições como em quantidade de comida por refeição. Lúcia contou-me que se surpreende com a rotina de sua mãe de preparação das refeições, e destacou o fato das refeições serem feitas de forma coletiva, diferentemente da experiência que ela e sua família têm nos Estados Unidos.

“Minha mãe levanta, põe a mesa, compra o pão, e a mesa fica posta até o último levantar. Aí põe a mesa do almoço, depois a do café da tarde... gente, não dá pra simplificar, não? Aqui cada um sai num horário. Então quem levanta primeiro faz o café, aí o outro, o café já tá ali, aí faz o que quer e sai.”

No Brasil, segundo meus interlocutores, há um maior número de refeições. Com recorrência, citaram-me o “café da tarde” como um exemplo desta diferença em relação à rotina alimentar que têm nos Estados Unidos. Segundo Lúcia, o café da tarde “é sagrado” no Brasil, e é uma refeição frequente nas casas de sua mãe, sogra e irmãs.

“Às quatro horas da tarde, vai na padaria buscar o pãozinho, faz o café, vem, senta, toma o cafezinho. Gente, aqui a gente nem lembra que tem... quando muito, faz um cafezinho. Mas essa coisa de parar, o pessoal que está em casa, né... de arrumar a mesa, sentar e tomar o cafezinho... é muito engraçado.”

Observo que, nas falas de Lúcia, assim como nas de muitos interlocutores, as práticas alimentares dos brasileiros são generalizadas a partir das vivências com seus pais e demais familiares e parentes, e comparadas com suas vivências no outro país. Deste modo, o Brasil, os brasileiros e suas práticas cotidianas são pensados, em muitos casos, sem intersecções como gênero, origem, camada social, faixa etária, ou outras.



## Considerações finais

De acordo com Renato Ortiz, antropólogos, historiadores e geógrafos concordavam sobre a territorialidade das culturas, e afirmavam que as práticas alimentares se moldam no espaço. A modernidade, entretanto, contrariou esta fixidez, pois se caracteriza pela mobilidade. “A alimentação deixa de ser um universo ao abrigo da fragmentação e da rapidez do mundo moderno” (Ortiz 1994: 79). Por isso, estudiosos passaram a considerar a internacionalização dos comportamentos alimentares. Anteriormente, o autor lembra que a alimentação revelava e preservava os costumes, localizando-os em suas respectivas culturas, e traduzia ainda a estabilidade do grupo social. Teorias sobre a modernização dos países subdesenvolvidos, que estavam em voga principalmente nas décadas de 1950 e 1960, destacam esta fixidez das práticas alimentares, considerando-os como “barreiras culturais para a mudança” e “obstáculos ao progresso” (Ortiz 1994:77).

Os imigrantes constituem grupo privilegiado para o estudo desta possível fixidez ou internacionalização da alimentação. Nesta tese, tratei das mudanças e continuidades das práticas alimentares de imigrantes brasileiros na Grande Boston. Meu estudo foi concentrado na alimentação cotidiana de meus sujeitos de pesquisa, buscando compreender as possíveis transformações e/ou reproduções que ocorrem no dia-a-dia destes brasileiros. Além disso, também observei os momentos de festividade e o envio e recebimento de produtos entre os dois países. Estes eventos, embora não sejam cotidianos, são recorrentes e marcam as experiências de meus interlocutores, assim como a oferta de produtos e alimentos brasileiros na região, que influem na paisagem urbana e visibilizam esta população de imigrantes.

Meu trabalho de campo evidenciou que os imigrantes brasileiros que fizeram parte de minha pesquisa se alimentam de “comida brasileira”, o que parece, em um primeiro momento, compatível com observações de outros pesquisadores sobre a manutenção das práticas alimentares dos imigrantes após a migração. Esta continuidade da alimentação estava correntemente relacionada aos processos de construção e afirmação da identidade étnica destes sujeitos no país para onde migraram. Procurei chamar a atenção para o que é esta “comida brasileira” que os imigrantes consomem e afirmam consumir

em suas práticas cotidianas. Deste modo, entendendo que esta “comida brasileira” constitui uma grande variedade de alimentos e práticas, e que está associada a noções de domesticidade, busquei pensar que ela compõe, mais do que afirmações de nacionalidade, tentativas de reprodução do ambiente doméstico que possuíam antes de migrarem. Assim, em analogia com a expressão de Benedict Anderson, mais do que *nacionalismo portátil*, seria mais correto dizer que a “comida brasileira” se trata de *relacionamentos portáteis*.

A partir destas constatações, podemos discutir a afirmação de que alimentação é um dos elementos socioculturais mais resistentes a mudanças e, por esta razão, um dos últimos a se desnacionalizar. Argumento, em minha tese, que a alimentação é passível de mudanças, pois se apresenta como uma das estratégias que os imigrantes utilizam para (re)criar – em meio a um ambiente hostil e a uma rotina de trabalho árdua – a sensação de familiaridade e conforto. Esta comida é preparada com produtos não-brasileiros, e não tem o mesmo *gosto* que a comida feita e consumida no Brasil. A migração implica, deste modo, uma mudança não apenas de país, mas de um meio sensorial familiar para outro meio estranho. O que está em jogo, para os imigrantes, não são somente preferências alimentares, mas gostos e cheiros que remetem a experiências dos sujeitos, à sua memória e às relações que mantêm no Brasil. O *gosto* é, portanto, pensado como prática e nas interações entre os sujeitos.

Proponho pensar o lugar da comida na vida cotidiana de meus sujeitos de pesquisa. Ela não é apenas um elemento constituidor das identidades nacional e étnica. Como procurei mostrar neste trabalho, em momentos de festividade ou na constituição de mercados étnicos, são acessados e (re)produzidos representações de brasilidade, que são estratégicas tanto no contato com os “outros” (que podem ser brasileiros e não-brasileiros) como também formas de inserção em uma sociedade “multicultural”. Entretanto, no dia-a-dia dos brasileiros com quem convivi, o que é mantido pela comida não é a identidade brasileira, mas relacionamentos que os sujeitos mantêm no Brasil. Por isso, destaco que os conceitos de transnacionalidade e de redes sociais participam da definição e da vivência destes brasileiros na Grande Boston.

Estudos mostram que a alimentação está relacionada às relações e representações de gênero, e também a classe social e a processos de identificação regional. Nesta tese, procurei mostrar que a migração leva a reconfigurações nas relações de gênero, especialmente nas famílias, o que resulta em conflitos e transformações nos relacionamentos, que podem ser pensados a partir da atividade de cozinhar. Apontei ainda

que, ao migrarem, os brasileiros não se defrontam apenas com o estranhamento de práticas alimentares de não-brasileiros, como também com a diversidade dos indivíduos de mesma nacionalidade. Nestes encontros, a alimentação participa como mediadora e produtora de relações, de uma aproximação com os “outros”, mas também revela preconceitos e discriminações.

É importante fazer algumas observações sobre as conclusões desta tese. Uma delas é sobre as características dos brasileiros que fizeram parte de minha pesquisa. Estes imigrantes eram provenientes de camadas médias e populares no Brasil, e grande parte deles vivia em cidades interioranas antes da migração. Isto ajuda a compreender suas percepções sobre a alimentação no Brasil, visto, de forma generalizante e idealizada, como o lugar onde se têm “tempo para comer” e onde o almoço é a principal refeição cotidiana. É também preciso pontuar seus objetivos de retornar ao Brasil e os fortes vínculos que mantém com familiares, parentes e amigos em sua cidade natal. Sugiro que a alimentação, pensada como manifestação de relacionamentos, pode ser pensada, preparada e consumida de modos diferenciados de acordo com os projetos e formas de inserção no lugar para onde migraram. Brasileiros de camadas sociais mais altas, com intenções de permanecerem definitivamente nos Estados Unidos ou que vão para aquele país como turistas ou estudantes, por exemplo, podem apresentar maior abertura e receptividade a outras práticas alimentares.

Também é pertinente considerar a questão geracional. Os sujeitos de minha pesquisa eram da primeira geração de imigrantes, sendo que a maioria tinha migrado para os Estados Unidos após o ano 2000. Meus interlocutores com maior tempo de permanência tinham filhos ainda crianças ou adolescentes. Por ser uma migração relativamente recente, não é possível tratar sobre a permanência ou mudanças das práticas alimentares nas gerações que sucederam estes imigrantes. Codesal, por exemplo, afirma que a idade em que as pessoas migraram é importante para entender suas práticas alimentares. Mulheres equatorianas que migraram depois dos 30 anos são mais prováveis de manter as práticas alimentares em Santander, na Espanha. Já homens solteiros e mulheres que migraram bastante jovens mostraram-se mais propensos a adotarem práticas alimentares locais, comendo comida equatoriana apenas em ocasiões especiais (Codesal 2010). Já Basch, Glick Schiller e Szaton (1993: 243) observam que muitos filhos de imigrantes que cresceram nos Estados Unidos tendem a evitar identificação com o país de origem quando adolescentes, mas se engajam em redes e práticas familiares transnacionais quando se tornam

adultos. Neste sentido, mais pesquisas são necessárias para contemplar as intersecções entre geração e as continuidades e descontinuidades no consumo da comida étnica.

Constitui ainda uma importante questão para investigação como é ou será a alimentação destes sujeitos pesquisados em seu retorno ao Brasil, ou ainda em sua migração para outro destino. Nos Estados Unidos, ainda que adotassem diferentes alimentos, meus sujeitos de pesquisa esforçavam-se em afirmar a manutenção de suas práticas alimentares, em uma tentativa de afirmarem que não se distanciaram de seus vínculos mais caros no Brasil. Entretanto, no exterior, estes sujeitos estão em contato com diferentes modos de vida e visões de mundo, o que os torna suscetíveis a repensarem seus próprios valores. Quando retornam, confrontam-se ainda com as quebras de suas próprias expectativas e da visão idealizada que construíram de sua terra natal durante a migração.

São também importantes que as pesquisas futuras contemplem os novos fluxos migratórios destes brasileiros, que estão não apenas retornando ao Brasil, como também adotando novas rotas, como a Europa, devido às novas configurações sociais, políticas e econômicas mundiais. Neste sentido, as pesquisas sobre alimentação devem considerar as especificidades dos novos contextos migratórios, a formação de novas redes sociais e também as possibilidades e estratégias de consumo destes imigrantes que re-migram em busca de melhores oportunidades.

Esta tese procurou realizar uma contribuição aos estudos de alimentação e migração, porém as análises aqui apontadas não podem (e não tem a pretensão de) ser generalizantes ou totalizantes. Elas constituem uma investigação marcada no tempo e no espaço, e que envolveu determinados atores, marcados e diferenciados por condições de gênero, camada social, faixa etária, trajetória de vida e origem regional. No entanto, meus dados de campo podem ser usados para refletir sobre o papel da comida em nosso cotidiano, em nossos discursos e práticas, a forma como manifesta relacionamentos, e para pensar que qualquer processo de mudança não implica necessariamente rompimentos, e que, para manter algo, também é necessário transformá-lo, assim como os ingredientes e o modo de preparo da “comida brasileira” no exterior.

## Referências Bibliográficas

ABBOTS, Emma Jane. “It doesn’t taste as good from the pet shop. Guinea pig consumption among Ecuadorian migrants in New York City”. *Seminar Food & Migration*, London, 2008.

ALBERT, Bruce. “O Ouro Canibal e a Queda do Céu: Uma Crítica Xamânica da Economia Política da Natureza”. *Série Antropologia*. Number 174. Universidade de Brasília, Brasília. 1995a.

\_\_\_\_\_. “Anthropologie appliquée ou 'anthropologie impliquée'. Ethnographie, minorités et développement”. In: BARÉ, Jean-François (Org.). *Les applications de l'Anthropologie*. Un essai de réflexion collective depuis la France. Paris: Karthala, 1995b. pp. 87-118.

ALVES, Isidoro. “A festiva devoção no Círio de Nossa Senhora de Nazaré”. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 19, n. 54, Agosto de 2005.

Disponível

em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010340142005000200017&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142005000200017&lng=en&nrm=iso). Acesso em 15 de maio de 201.

ADORNO, Sergio. “Contribuições da etnografia para a Saúde Pública: algumas notas sobre o campo, a pesquisa e as marcas impressas no pesquisador” In: GUERRIERO, Iara; SCHMIDT, Maria Luiza; ZICKER, Fabio (Org.). *Éticas nas Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais na Saúde*. São Paulo: Aderaldo & Rothschild, 2008.

AMORIM, Aparecida, DIAS, Carlos Alberto, SIQUEIRA, Sueli. “Igrejas Protestantes como Espaço de Sociabilidade e Fé para os Familiares dos Emigrantes em Governador Valadares”. *Fronteiras*, Dourados, MS, v. 10, n. 18, p. 251-276, jul./dez. 2008.

ANDERSON, Benedict. “Problemas dos nacionalismos contemporâneos”. *Tensões Mundiais*, Fortaleza, v. 1, n. 1, jul./dez. 2005. pp. 16-26

APPADURAI, Arjun. “Disjunção e diferença na economia cultural global”. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. “Soberania sem territorialidade: notas para uma geografia pós-nacional”. In: *Revista Novos Estudos do CEBRAP*, n° 49, novembro de 1997.

\_\_\_\_\_. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press, 1996.

\_\_\_\_\_. “Introduction: Commodities and the Politics of Value”. In: APPADURAI, Arjun. *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. pp. 3-63.

ARIÈS, P. *História Social da Criança e da Família*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1991.

ANTHIAS, Floya. “Metaphors of Home: Gendering New Migrations to Southern Europe”. In: ANTHIAS, Floya, LAZARIDIS, Gabriela. *Gender and Migration in Southern Europe: Women on the move*. New York: Berg, 2001. pp. 15-47

ASAD, Talal (org.). *Anthropology and the Colonial Encounter*. Atlantic Highlands, N.J.: Humanities Press, 1973.

ASSIS, Glaucia. “Mulheres migrantes no passado e no presente: gênero, redes sociais e migração internacional”. *Revista de Estudos Feministas*. 15 (3), 2007. pp. 745-772

\_\_\_\_\_. *De Criciúma para o mundo: rearranjos familiares e de gênero nas vivências dos novos migrantes brasileiros*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais. Unicamp. 2004.

\_\_\_\_\_. *Estar aqui...estar lá... uma cartografia da vida entre dois lugares*. Dissertação de mestrado. Programa de pós-graduação em Antropologia Social UFSC, Florianópolis, 1995.

ASSIS, Glaucia e CAMPOS, Emerson. “De volta para casa: a reconstrução de identidades de emigrantes retornados”. *Tempo e Argumento*. Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 80 – 99, jul./dez. 2009

ASSIS, Glaucia e SASAKI, Elisa M. “Os novos imigrantes do e para o Brasil: um balanço da produção bibliográfica”. In: CASTRO, Mary Garcia. *Migrações internacionais: contribuições políticas para o Brasil, 2000*. Brasília, CNPD, 2001. pp 615-669.

ASSUNÇÃO, Viviane. *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 em Antropologia Social. UFSC, Florianópolis, 2007.

BARBOSA, Livia. “Feijão com arroz e arroz com feijão: O Brasil no Prato dos Brasileiros”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul./dez. 2007. pp. 87-116.

\_\_\_\_\_. “Cultura, Consumo e Identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea”. In: BARBOSA, Livia, CAMPBELL, Colin. (org.) *Cultura, Consumo e Identidade*. Editora FGV: Rio de Janeiro, 2006.

BARNES, J. A. “Redes Sociais e Processo Político”. In.: FELDMAN-BIANCO, Bela (Org.). *Antropologia das Sociedades Contemporâneas - Métodos*. São Paulo: Editora UNESP, 2010. pp. 171-204

\_\_\_\_\_. *Social Networks*. Cambridge: Module 26, p.1-29, 1972.

BARROS, Carla. “Paradoxos da Afluência Material no Universo das Empregadas Domésticas”. In: *Anais do Intercom* (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação), 27, Porto Alegre, 2004. CD-ROM.

BARTH, Fredrik. “Grupos étnicos e suas fronteiras”. In: POUTIGNAT, Philippe & STREIFF-FENART, Jocelyne. *Teorias da Etnicidade*. São Paulo: Ed. UNESP, 1998.

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.

BASCH, Linda, SCHILLER, Nina Glick, & BLANC, Cristina Szanton. *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments and the Deterritorialized Nation-State*. Gordon and Breach, Langhorne, PA, 1993.

BASTIDE R. “La causalité externe et la causalité interne dans l'explication sociologique”. *Cahiers internationaux de sociologie*, n°21, 1956, pp. 77-99.

BASTOS, Rafael José de Menezes. “Antropologia Como Crítica Cultural e como Crítica a Esta: Dois Momentos Extremos de Exercício da Ética Antropológica (entre Índios e Ilhéus)”. In: LEITE, Ilka Boaventura (Org.). *Ética e Estética na Antropologia*. Florianópolis: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, CNPq, 1998. pp. 99-115

BAUMAN, Zygmunt. Migration and Identities in the Globalized World. *Philosophy and Social Criticism* 37 (4), 2011. pp. 425-435.

\_\_\_\_\_. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BECK, Ulrich. *O que é globalização?* São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BELASCO, Warren J. “Ethnic Fast Foods: The Corporate *Melting Pot*.” *Food and Foodways*, 2, 1987. pp. 1–30.

BICALHO, J. V. *Yes, eu sou brazuca*. Governador Valadares: Ibituruna, 1989.

BOSCHER, Virginia Marquès Boscher. “La Feijoada: plat emblématique, expression d'une identité brésilienne en France”. *XVIIème congrès de l'AISLF*. CR 17 - Sociologie et anthropologie de l'alimentation. Julho de 2004. URL: Lemangeur-ocha.com.

BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1979.

BOTT, E. *Family and Social Network*. Londres: Tavistock, 1971.

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

\_\_\_\_\_. “Gostos de classe e estilos de vida”. In: Ortiz, Renato (org.). *BOURDIEU*, Coleção Grandes Cientistas Sociais. no. 39. Ática, São Paulo, 1983.

BOURDIEU, P., NEWMAN, C., WACQUANT, L. “The Peculiar History of Scientific Reason”. *Sociological Forum*. 6, 1991. pp. 03-26

BOYD, Monica. "Family and personal networks in international migration: recent developments and new agenda". In: *International Migration Review*. 23(3):638-670, fall, 1989.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Plantar, colher, comer*. Rio de Janeiro: Graal, 1981.

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

Brites, Jurema. Afeto e desigualdade: gênero, geração e classe entre empregadas domésticas e seus empregadores. *Cadernos Pagu* (29), julho-dezembro de 2007:91-109.

CALAVIA SAEZ, Oscar. "Epílogo: Notas sobre antropología la activa". In: CALAVIA SAEZ, Oscar; MARTÍN, Juan Carlos Gimeno; RODRIGUEZ BLANCO, Eugenia (ed.). *Neoliberalismo, Ongs Y Pueblos Indigenas*. Espanha: Sepha, 2007. pp. 263-270

CALVO, Manuel. "Migration et Alimentation". *Social Science Information*. 21(3), 1982. pp. 383-446.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Globalização imaginada*. São Paulo, Iluminuras, 2003.

\_\_\_\_\_. *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Nueva Imagen, 1982.

CARDOSO, Ruth. "A pesquisa antropológica com populações urbanas, problemas e perspectivas". In: Cardoso, Ruth (org). *A Aventura Antropológica - Teoria e Pesquisa*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Luís Roberto. "Pesquisas em versus pesquisas com seres humanos". In: VICTORA, Ceres; OLIVEN, Ruben; MACIEL, Maria Eunice; ORO, Ari (Org.). *Antropologia e Ética*. O Debate Atual no Brasil. Niterói: Ed.UFF, 2004. pp. 33-44

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. "O mal-estar da ética na Antropologia Prática". In: VICTORA, Ceres; OLIVEN, Ruben; MACIEL, Maria Eunice; ORO, Ari (Org.). *Antropologia e Ética*. O Debate Atual no Brasil. Niterói: Ed.UFF, 2004. pp. 21-32

\_\_\_\_\_. *O Trabalho do Antropólogo*. Brasília / São Paulo: Paralelo Quinze/Editora da Unesp, 1998.

\_\_\_\_\_. “Etnicidade, Eiticidade e Globalização”. Conferência ministrada na XX Reunião Brasileira de Antropologia, Salvador, 1996.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *Identidade, etnia e estrutura social*. São Paulo, Livraria Editora Pioneira, 1976.

CARNEIRO, Maria José Teixeira. “ “Comida de Roça” e “Comida de Mercado””. *Anais da 25ª. Reunião Brasileira de Antropologia*. Goiânia, 2006.

CASCUDO, Luis da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 2003.

CASTRO, Josué de. *A Geografia da Fome*. O dilema brasileiro: pão ou aço. Rio de Janeiro: Edições Antares, 1984.

CAVIGNAC, J. A.; OLIVEIRA, L. A. História e etnografia nativas da alimentação no Brasil: notas biográficas a respeito de um antropólogo provinciano. *Imburana* – revista do Núcleo Câmara Cascudo de Estudos Norte-Rio-Grandenses/UFRN. n. 2, nov. 2010

\_\_\_\_\_. A Antropologia nativa de um “provinciano incurável”: Câmara Cascudo e os estudos da cultura no Rio Grande do Norte. Trabalho apresentado na 26ª. *Reunião Brasileira de Antropologia* (01 a 04 jun. 2008, Porto Seguro, Bahia, Brasil), 2008.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petropolis: Vozes, 2009.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A Invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 2008.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 2ª ed., São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAMPAGNE, Patrick. “La fête au village”. *Actes de La Recherche*, Paris, v. 17, n. 18, 1977. pp.73-84

CLARKE, Alison J.. “Consuming children and making mothers: birthday parties, gifts and the pursuit of sameness”. *Horizontes*

- Antropológicos.*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, Dezembro de 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832007000200011&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200011&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 21 de abril de 2011.
- CLASSEN, Constance. “Foundations for an Anthropology of the Senses”. *International Social Science Journal*. Número 153, 1997. Pp. 401-412.
- CLIFFORD, James. “Introduction: Partial truths”. In: CLIFFORD, James, MARCUS, George (ed.). *Writing Culture*. Berkeley, CA: University of Califórnia, 1986. 1-26
- CHIVA, Matty. “Comment la personne se construit en mangeant”. *Communication*, n. 31, 1979.
- CICOUREL, Aaron. Teoria e método de pesquisa de campo. In: GUIMARÃES, Alba Zaluar (org.). *Desvendando máscaras sociais*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1990.
- CODESAL, Diana Mata. “Eating abroad, remembering (at) home”. *Anthropology of food* [Online] , 7 | Dezembro de 2010 , Online desde 25 de dezembro de 2010, Acesso em 21 de julho de 2011. URL : <http://aof.revues.org/index6642.html>
- COLEMAN, James S. “Social Capital in the Creation of Human Capital.” *The American Journal of Sociology*, 94: S95, 1988.
- CONTRERAS, J. Alimentación y Cultura: reflexiones desde la Antropología. *Revista Chilena de Antropología*, n. 11, 1992.
- CONTRERAS H., Jesus; GRACIA A., Mabel. *Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas*. Barcelona: Ariel, 2004.
- CORBIN, Alain. *The Foul and the Fragrant: Odor and the French Social Imagination*. Miriam Kochan, Roy Porter, and Christopher Prendergast, trans. Cambridge: Harvard University Press, 1986.
- CRENN, Chantal Crenn, HASSOUN, Jean-Pierre, MEDINA, F. Xavier. “Introduction: Repenser et réimaginer l’acte alimentaire en situations de

migration”, *Anthropology of food* [Online] , 7 | Dezembro de 2010.  
URL : <http://aof.revues.org/index6672.html>. Acesso em 08 de junho de 2010.

CRESSWELL, Tim. “Seis temas na produção das mobilidades”. In: CARMO, Renato Miguel do; SIMÕES, José Roberto (org.). *A Produção das Mobilidades: Redes, Espacialidades e Trajectos*. Lisboa: ICS, 2009.

CSORDAS, T. J. “Embodiment as a paradigm for anthropology” In: *Ethos*. 18, 1988. pp. 5-47.

DAMATTA, Roberto. *A casa e a rua*. Editora Guanabara: Rio de Janeiro, 1997.

\_\_\_\_\_. *O que faz o brasil, Brasil...* Rio de Janeiro, Rocco: 1987a.

\_\_\_\_\_. *Relativizando: Uma Introdução à Antropologia Social*. Rio de

Janeiro: Rocco, 1987b.

\_\_\_\_\_. “O ofício do etnólogo ou como ter anthropological blues”. In:

*Publicações do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social do Museu*

*Nacional*, 1974.

DAVIS, Darién. “Before we called this place home: Precursors of the Brazilian community in the United States”. In: JOUET-PASTRÉ, Clémence, BRAGA, Leticia (ed.). *Becoming Brazica: Brazilian Immigration to the United States*. Harvard University Press: Cambridge (MA), 2008. pp. 25-56

DERRIDA, Jacques. *Dar (el) tiempo*. La Falsa Moneda. Barcelona: Paidós, 1995.

DESARLAIS, Robert. *Body and Emotion: The Aesthetics of Illness and Healing in the Nepal Himalayas*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.

DEVAULT, M.L. *Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work*, Chicago: University of Chicago Press, 1991.

DIMINESCU, Dana. "Le migrant connecté: pour un manifeste épistémologique". *Migrations/Société*, vol.17, n°102, fev. 2007. pp. 275-292.

DOUGLAS, Mary. "Deciphering a Meal". In: GEERTZ, C. (org) *Myth, Symbol and Culture*. N.Y., Norton, 1971. pp. 61-81.

\_\_\_\_\_. "As abominações do Levítico", in *Pureza e perigo*. SP: Perspectiva, 1966.

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

DURKHEIM, Émile. *Sociologia, educação e moral*. Portugal: Rés-editora Ltda, 1984.

DUTRA, Rogéria Campos de Almeida. Cozinha e Identidade Nacional: notas sobre a culinária na formação da cultura brasileira segundo Gilberto Freyre e Luís da Câmara Cascudo. *Anais do Seminário Gastronomia em Gilberto Freyre*, 2005.

\_\_\_\_\_. *A boa mesa mineira*. Dissertação de mestrado. UFRJ, Museu Nacional: Rio de Janeiro, 1991.

D'ANDRADE, Roy. "Moral Models in *Anthropology*". *Current Anthropology* 36(3): 409-440, 1995.

DEBIAGGI, Silvia. "Famílias brasileiras em um novo contexto cultural". In MARTES, Ana Cristina Braga, FLEISCHER, Soraya (Org.). *Fronteiras Cruzadas: etnicidade, gênero e redes sociais*. São Paulo: Paz e Terra, 2003. pp. 175-197

DURHAM, Eunice. A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas. In: CARDOSO, Ruth C. (Org.). *Aventura Antropológica: Teoria e Pesquisa*. São Paulo: Paz e Terra, 1986. pp. 17-37

ESPIN, O. "Psychological impact of migration on Latinas: Implications for psychotherapeutic practice". *Psychology of Women Quarterly*, 1987. pp. 489-503.

EVANS-PRITCHARD, Eduard E. “Algumas reminiscências e reflexões sobre o trabalho de campo”. In: EVANS-PRITCHARD, Eduard E. *Bruxaria Oráculos e Magia entre os Azande*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

FABIAN, Johannes. *The Time and the Other: how anthropology makes its object*. 2. ed. New York: Columbia University Press, 2002.

FAJANS, Jane. “Can moqueca just be fish stew?”. *Anthropology of food* [Online] , S4 | May 2008 , Online desde 28 de maio de 2008, acessado em 22 de março de 2011. URL : <http://aof.revues.org/index3623.html>

FAVRET-SAADA, Jeanne. “Ser afetado”. *Cadernos de Campo*. 13, Ano 14, USP, 2005. pp. 155-161

\_\_\_\_\_. *Les mots, la mort les sorts*. Paris: Gallimard, 1977.

FAVRET-SAADA, Jeanne; CONTRERAS, Josee. *Corps pour corps: enquête sur la sorcellerie dans le Bocage*. Paris: Gallimard, 1981.

FELD, Steven. *Sound and Sentiment: Birds, Weeping, Poetics and Song in Kaluli Expression*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1982.

FELDMAN-BIANCO, Bela. “O Brasil como país de emigração: mobilizações e políticas”. In: FERREIRA, Ademir, PÓVOA NETO, Helion, SANTOS, Miriam de Oliveira. *A Experiência Migrante: Entre deslocamentos e Reconstruções*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010. pp. 293-304

FELDMAN-BIANCO, Bela e HUSE, Donna. “Entre a saudade da terra e a América: mulheres imigrantes”. *Estudos Feministas*, 3(1), 1995. pp. 96-121

FISCHLER, Claude. “Alimentation, corps et santé, une approche transculturelle”, *Symposium International OCHA*, Outubro de 2002.

FISCHLER, Claude. “A “McDonaldização dos costumes””. In: FLANDRIN, Jean-Louis, MONTANARI, Massimo (org.). *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. pp. 841-862

\_\_\_\_\_. “Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación contemporánea”. In: CONTRERAS,

Jesús (org.). *Alimentación y Cultura: Necesidades, usos y costumbres*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1995.

\_\_\_\_\_. *L'Homnivore*. Paris, Odile Jacob: 1992.

\_\_\_\_\_. "Le Bon et le Saint". *Cahiers de l'OCHA*, nº 1, 1994.

FISCHLER, Claude, TAIEB, Rosy. "Le bon et le saint". *Les Cahiers de l'OCHA*, no. 1, Paris, 1993, 28.

FLANDRIN, Jean-Louis. "A distinção pelo gosto". In: ARIES, Philippe; CHARTIER, Roger. *História da vida privada: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Cia. das Letras, 1991.

FLEISCHER, Soraya. "Antropólogos 'anfíbios'? Alguns comentários sobre a relação entre Antropologia e intervenção no Brasil". *Revista Antropológica*. Ano 11, volume 18(1): 37-70, 2007.

\_\_\_\_\_. "Etnografando ONGs feministas: Algumas lições da Guatemala e do Brasil". In: BONETTI, Alinne; FLEISCHER, Soraya (Org.). *Dossiê Entre Pesquisar e Militar*. Brasília, 2007. pp. 75-89

\_\_\_\_\_. *Passando a América a limpo: O trabalho de housecleaners brasileiras em Boston, Massachusetts*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social, PPGAS/Universidade de Brasília, 2000.

FIDDES, N. *Meat: A Natural Symbol*. Londres: Routledge, 1991.

FONER, Nancy. *From Ellis Island to JFK: New York's two great waves of immigration*. New Haven London: Yale University Press; New York: Russell Sage Foundation, 2000.

FONSECA, Claudia. *Familia, fofoca e honra: etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000.

FOOTE-WHYTE, W. "Treinando a observação participante" In: GUIMARÃES, Alba Zaluar (org.). *Desvendando máscaras sociais*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1990.

FORJAZ, Cecília. "Brasileiros Exilados da Década de 80". *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro, FGV, 1993.

FRESTON, Paul. "The Religious Field among Brazilians in the United States". In: JOUET-PASTRÉ, Clémence, BRAGA, Leticia (ed.). *Becoming Brazica: Brazilian Immigration to the United States*. Harvard University Press: Cambridge (MA), 2008. pp. 255-270

FRY, Peter. "Feijoada e soul food 25 anos depois". In: Neide Esterci, Peter Fry e Mirian Goldenberg (org.). *Fazendo Antropologia no Brasil*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

\_\_\_\_\_. "Feijoada e Soul Food: Notas sobre a Manipulação de Símbolos Étnicos e Nacionais" em *Para Inglês Ver - Identidade e Política na Cultura Brasileira*. Rio, Zahar, 1982.

FUSCO, Wilson. *Redes sociais na migração internacional: o caso de Governador Valadares*. Campinas, Núcleo de Estudos de População/Unicamp, 2001.

GABBACIA, Donna. *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans*. Cambridge: Harvard University Press, 1998.

GANS, H. *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*. New York, Basic Books: 1962.

GARABUAU-MOUSSAOUI, Isabelle. "La cuisine des jeunes : désordre alimentaire, identité générationnelle et ordre social", *Anthropology of food* [Online] , Issue 0 | April 2001, Online desde 01 de abril de 2001, acessado em 28 de junho de 2011. URL : <http://aof.revues.org/index975.html>

GARINE, Igor de. "Alimentação, culturas e sociedades". *O Correio da UNESCO*. Rio de Janeiro, 15(7), 1987.

GRASMUCK, Sherri, PESSAR, Patrícia. *Between Two Islands: Dominican International Migration*. Berkeley: University of California Press, 1991.

GEERTZ, Clifford. "Do ponto de vista dos nativos: a natureza do entendimento antropológico". In: *O Saber Local*. Novos ensaios de Antropologia Interpretativa. Petrópolis: Vozes, 2002. pp. 85-107

\_\_\_\_\_. "Estar lá, escrever aqui". *Diálogo*, 22 (3): 58-63, 1989.

\_\_\_\_\_. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GELL, Alfred. 1998. *Art and Agency: an anthropological Theory*. Oxford: University Press.

GER, Güliz, KRAVETS, Olga. “Special and Ordinary Times: Tea in Motion”. In: SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard (ed.). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg, 2009. pp. 189-202

GEURTS, Kathryn. *Culture and the Senses: Bodily Ways of Knowing in an African Community*. Berkeley: University of California Press, 2002

GIARD, Luce. “Cozinhar”. In: CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 2008. pp. 211-332.

GIBSON, Sarah. “Food Mobilities: Traveling, Dwelling, and Eating Cultures”. *Space and Culture*, 10; 4, 2007.

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

GLUCKMAN, M. *Essays on the ritual of social relations*. Manchester: Manchester University Press, 1962.

GODBOUT, Jacques. *O espírito da dádiva*. Lisboa, Instituto Piaget, 1992.

GOLDMAN, Márcio. “Jeanne Favret-Saada, os afetos, a etnografia”. *Cadernos de Campo*. 13, Ano 14, USP, 2005. pp. 149-153

\_\_\_\_\_. “Os Tambores dos Mortos e os Tambores dos Vivos. Etnografia, Antropologia e Política em Ilhéus, Bahia”. *Revista de Antropologia* 46 (2): 445-476. 2003.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. A fome e o paladar: a antropologia nativa de Luís da Câmara Cascudo. *Estudos Históricos*, n. 33, 2004.

GOZA, Franklim. “A imigração brasileira para a América do Norte”. *Revista Brasileira de Estudos de População*. v.9 n.1 jan./jul. 1992.

GRIGNON, Claude (et al.). “Styles d'alimentation et goûts populaires”, *Revue Française de Sociologie*. vol. XXI, 1980. pp. 531-569

GROSSI, Mirian Pillar (org.). *Trabalho de campo e Subjetividade*. Florianópolis: PPGAS/UFSC, 1992.

GUPTA, Akhil. “Movimentações globais das colheitas desde a ‘Era das Descobertas’ e transformações das culturas gastronômicas”. SANCHES, Manuela Ribeiro. *Portugal não é um país pequeno: contar o “império” na pós-colonialidade*. Lisboa, Edições Cotovia, 2006. pp. 193-213

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HALTER, Marilyn. *Shopping for Identity: The Marketing of Ethnicity*. Schoken Book, New York, 2000.

\_\_\_\_\_. Boston's Immigrants Revisited: The Economic Culture of Ethnic Enterprise. In: HALTER, M. (Ed.) *New Migrants in the Marketplace: Boston's Ethnic Entrepreneurs*. Amherst, MA: University of Massachusetts Press, 1995. pp. 1-22.

HANDLIN, Oscar. *The uprooted*. Boston, Atlantic Monthly Press Book, 1971 (2<sup>nd</sup> edition), 1951 (1<sup>st</sup> edition).

HANNERZ, Ulf. “Cosmopolitas e locais na cultura global”. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. “Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional”. *Mana*. Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, 1997. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010493131997000100001&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010493131997000100001&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 16 Abr 2007. Pré-publicação.

\_\_\_\_\_. “The Global Ecumene as a Network of Networks”, in KUPER, A. (ed.), *Conceptualizing Society*, Routledge, 1992.

HARRIS, M. “Bueno para pensar o bueno para comer?”. In: *Bueno para comer?* Madrid, Aliança Editorial, 1985. pp.11-16

\_\_\_\_\_. *Vacas, Porcos, Guerras e Bruxas*. Rio de Janeiro: Civ. Brasileira, 1978

HAUKANES, Haldis. "Sharing food, sharing taste? Consumption practices, gender relations and individuality in Czech families", *Anthropology of food* [Online], S3 | December 2007, Online since 21 mars 2008, Connection on 28 décembre 2010. URL : <http://aof.revues.org/index1912.html>

HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a História*. São Paulo: Paz e Terra, 1985.

HÉRITIER-AUGÉ, Françoise. "La cuisine de jupiter: réflexions sur les nouveaux modes de procréation". *L'Homme*, v. 25, n. 2, 1985. pp. 151-163

HIRSCHMAN, Charles. "The Role of Religion in the Origins and Adaptation of Immigrant Groups in the United States". In: PORTES, Alejandro, DEWIND, Josh. *Rethinking Migration: New Theoretical and Empirical Perspectives*. Berghn Books: New York/Oxford, 2007. pp. 391-418

HONDAGNEU-SOTELO, Pierrette. *Doméstica: immigrant workers cleaning and caring in the shadows of affluence*. Berkeley: University of California Press, 2007

HONDAGNEU-SOTELO, Pierrette. *Gendered transitions: mexican experience of immigration*. Berkeley : University Of California Press, 1994.

HOWES, David. *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2003

\_\_\_\_\_. *The Varieties of Sensory Experience: A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*, 1991

JACKSON, Michael. "Knowledge of the Body". *Man*, 18, 1983. pp. 327-45

JAMES, Allison. "How British is British Food?" In: CAPLAN, Pat (ed.). *Food, Health and Identity*. London, New York: Routledge, 2003.

JEROME, N.W.. “Diet and acculturation (the case of black American immigrants)”. In: JEROME, N.W., KANDEL, R.F., PELTO, G.H. (ed.). *Nutritional Anthropology: Contemporary Approaches to Diet and Culture*. Pleasantville, New York: Redgrave Publishing, 1980. pp. 275–326

KEARNEY, Michael. “The local and the global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism”. *Annual Review of Anthropology*. 24, 1995. pp. 547-65

KOPYTOFF, I. “The cultural Biography of Things : Commoditization as Process”. In: APPADURAI, A. (ed.). *The Social Life of Things*. Cambridge : Cambridge University Press, 1986. pp. 64-91.

KORSMEYER, Carolyn (ed.). *The Taste Culture Reader – Experiencing Food and Drink*. Oxford and New York: Berg, 2005

KOSIK, Karel. *A dialética do concreto*. São Paulo: Paz e Terra, 1989.

LADERMAN, Carol; ROSEMAN, Marina. “Introduction”. In: LADERMAN, Carol; ROSEMAN, Marina.(org.) *The performance of healing*. New York: Routledge, 1996

LAGROU, Elsjé Maria. *Caminhos, Duplos e Corpos: Uma abordagem perspectivista da identidade e alteridade entre kaxinawa*. Tese (Doutorado em Antropologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. USP, 1998.

LANGDON, Esther Jean; MALUF, Sonia & TORNQUIST, Carmen Suzana. “Ética e política na pesquisa: os métodos qualitativos e seus resultados”. In: GUERRIERO, Iara; SCHMIDT, Maria Luiza; ZICKER, Fabio (Org.). *Éticas nas Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais na Saúde*. São Paulo: Aderaldo & Rothschild, 2008.

LASH, Scott; URRY, John. *Economies of sign and space*. London: Sage, 1994.

LATOUR. Bruno. “Você acredita na realidade?” In *A esperança de Pandora*. Bauru: Edusc, 1999, pp. 13-37 Latour 1994, 1999.

LEACH, Edmund. *Cultura e comunicação: a lógica pela qual os símbolos estão ligados*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

LEFEBVRE, Henri. *A Vida Cotidiana no Mundo Moderno*. São Paulo: Editora Ática, 1991.

LEFEBVRE, Henri, REGULIER, Catherine. “Le projet rythmanalytique”. In: *Communications*, 41, 1985. pp. 191-199.

LESDAIN, Sophie Bouly de. “Alimentation et migration, une définition spatiale”. In : GARABUAU-MOUSSAOUI, I., PALOMARE, E., DESJEUX, D. (ed.). *Alimentations contemporaines*, Paris, L’Harmattan, 2002. pp. 173-189

LESTAGE, F. “De la circulation des nourritures. La perpétuation et l’extension des liens sociaux des migrants mexicains via l’approvisionnement en produits alimentaires”. *Anthropology of Food*, S 4, 2008.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O cru e o cozido*. São Paulo: Editora Cosac & Naify, 2004. \_\_\_\_\_. “Le triangle culinaire”. In: *L’Arc*, no. 26, 1965. pp. 19-29

LEVITT, Peggy. “Social Remittances: Migration Driven Local-Level Forms of Cultural Diffusion.” *International Migration Review*. Vol. 32, No. 04, Winter 1998. pp. 926-948

\_\_\_\_\_. “A Todos Les Llamo Primo: The Social Basis for Latino Small Businesses”. In: HALTER, M. (Ed.) *New Migrants in the Marketplace: Boston's Ethnic Entrepreneurs*. Amherst, MA: University of Massachusetts Press, 1995. pp. 120-140.

LEVITT, Peggy, JAWORSKY, B. Nadya. “Transnational Migration Studies: Past Developments and Future Trends”. *Annual Review of Sociology*. 33, 2007. pp. 129-156

LEVITT, Peggy, GLICK-SCHILLER, Nina. “Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society”. In: PORTES, Alejandro, DEWIND, Josh. *Rethinking Migration: New Theoretical and Empirical Perspectives*. Berghn Books: New York/Oxford, 2007. pp. 181-218

LIMA, Alvaro. *Brasileiros na América*. Boston, 2009.

LINGER, Daniel. “Brasil Displaced: Restaurant 51 in Nagoya, Japan”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 3, n. 5, julho de 1997.

LINGER, D. T. *No One Home: Brazilian Selves Remade in Japan*. Stanford: Stanford University Press, 2001.

LOWENTHAL, D. *El pasado es um país extraño*. Madrid: Akal, 1998.

MACIEL, M. E. Identidade Cultural e alimentação. In: CANESQUI, AM; GARCIA, RWD. *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. pp. 23-47

\_\_\_\_\_. “Uma cozinha à brasileira”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 33, jun-jan. 2004. pp. 25-39

\_\_\_\_\_. “Churrasco à gaúcha”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 2(4), 1996. pp.34-48

MACHADO, Igor José de Reno. “Consumo, etnicidade e migração: reflexões sobre a economia étnica”. *Anais do 34o. Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu, 2010.

\_\_\_\_\_. “Estado-nação, identidade-para-o-mercado e representações de nação”. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 47, n. 1, 2004. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-77012004000100006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012004000100006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 11 de maio de 2011.

\_\_\_\_\_. “Identidade e Subordinação Ativa: uma etnografia dos imigrantes brasileiros no Porto”. LIMA, Roberto Kant de. (org.) *Antropologia e Direitos Humanos 3 – Premio ABA/FORD*. Niterói: Ed. UFF, 2001.

MAYOL, Pierre. “Morar”. In: CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano: 2.morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 2009. pp.35-185.

MARCUS, Alan. “(Re)creating places and spaces in two countries: Brazilian transnational migration processes.”. *Journal of Cultural Geography*, 26:2, 2009. pp. 173-198

MARCUS, G. e FISCHER, M. *Anthropology as cultural critique*. Chicago University Press, 1986.

MARGOLIS, Maxine L. “Brasileiros no estrangeiro: a etnicidade, a auto-identidade e o “outro”.” *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 51, n. 1, 2008. Disponível em [http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-77012008000100011&lng=pt&nrm=iso](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012008000100011&lng=pt&nrm=iso). Acesso em 30 de maio de 2011.

\_\_\_\_\_. “Na virada do milênio: a emigração brasileira para os Estados Unidos”. In: MARTES, Ana Cristina Braga e FLEISCHER, Soraya (orgs.). *Fronteiras cruzadas: etnicidade, gênero e redes sociais*. São Paulo, Paz e Terra, 2003.

\_\_\_\_\_. *Invisible minority: Brazilians in New York City*. Massachusetts, Allyn and Bacon, 1998.

\_\_\_\_\_. *Little Brazil*. Princeton University Press, 1994.

\_\_\_\_\_. “An New Ingredient in the Melting Pot: Brazilians in New York City”. *City and Society*, 3 (2): 179-187. 1989.

MARROW, H. B. “To Be or Not to Be (Hispanic or Latino): Brazilians and the Panethnicity Debate”. *Mini-Seminar Brazilians Outside Brazil: Brasileiros Fora do Brasil*, University of Miami, Coral Gables, 2002.

MARROW, H. B. “Coming to Grips with Race: Second-Generation Brazilians in the United States”, *Reunião da Brazilian Studies Association*, Rio de Janeiro, 2004.

MARTES, Ana Cristina B. *Brasileiros nos Estados Unidos - Um Estudo sobre Imigrantes em Massachusetts*. São Paulo, Brasil: Editora Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. “A emigração brasileira e os pequenos empresários”. In: CASTRO, Mary Garcia. *Migrações internacionais: contribuições para políticas*. Brasília: CNPD, 2001a.

\_\_\_\_\_. “Empresários Brasileiros em Boston”. Relatório de Pesquisa. EAESP/FGV/NPP - Núcleo de Pesquisas e Publicações, nº 45, 2001b.

\_\_\_\_\_. “Emigração brasileira: formação de mercados de consumo de produtos brasileiros no exterior”. *RAE Light – Revista de Administração de Empresas*. Vol. 8, n. 1, 2001c. pp. 08-12

\_\_\_\_\_. “The Commitment of Return: Remittances of Brazilian Émigrés”. In: JOUET-PASTRÉ, Clémence, BRAGA, Leticia (Ed.).

*Becoming Brazuca: Brazilian Immigration to the United States.* Cambridge, Harvar University Press: 2008. pp. 125-150

MARTES, Ana Cristina Braga; RODRIGUEZ, Carlos L.. Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba, v. 8, n. 3, Setembro de 2004. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-6552004000300007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552004000300007&lng=en&nrm=iso). Acesso em 28 de novembro de 2010.

MASSEY, Douglas. “The social organization of migration”. In: MASSEY, Douglas, ALARCON, Rafael, DURAND, Jorge and GONZÁLEZ, Humbert. *Return to Aztlan: the social process of international migration from Western Mexico*. Berkeley, University of California Press, 1990. pp.139-171.

MAUSS, Marcel. “Ensaio sobre as variações sazonais das sociedades esquimós. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, [1906] 2003. pp. 423-506

\_\_\_\_\_. “Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas”. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, [1925] 2003. pp. 183-314

\_\_\_\_\_. “As técnicas do corpo”. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, [1935] 2003. pp. 399-424

MENASCHE, Renata. “Countryside and the City, Food and the Imaginary: Perceptions of the Rural at the Table.” *Estudios del Hombre: Serie Antropología de la Alimentación*, Guadalajara, n. 24, 2009. pp. 255-268

\_\_\_\_\_. “Riscos à mesa: alimentos transgênicos no meu prato não?” *Campos: Revista de Antropologia Social*, Curitiba, v. 5, n. 1, p.111-129, 2004.

MENDONÇA, Raquel Uchoa. “Analysis of Markets in the United States for Brazilian Fresh Produce Grown in Massachusetts”. Graduate School of the University of Massachusetts Amherst. Master of Sciences. 2007

MENEZES, Marilda Aparecida de. *Redes e enredos nas trilhas dos migrantes: um estudo de famílias de camponeses-migrantes*. João Pessoa: Relume Dumara, 2002.

MENJÍVAR, Cecilia. *Fragmented Ties: Salvadorian Immigrant Networks in America*. Berkeley: University of California Press, 2000.

MENNELL, S. *All Manners of Food*. Oxford: Basil Blackwell, 1985.

MENNEL, Stephen (et al.). *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. London: Sage, 1992.

MILLER, D. "Materiality: an introduction". In: MILLER, D. (Ed) *Materiality*. Durham, N.C.: Duke University Press. 2005.

\_\_\_\_\_. "Pobreza da Moralidade". *Antropolítica*, n. 17, p. 21-43, 2º sem., 2004.

\_\_\_\_\_. *Teoria das compras: O que orienta as escolhas dos consumidores*. São Paulo: Editora Nobel, 2002.

\_\_\_\_\_. "Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction". In: MILLER, Daniel. *Acknowledging Consumption (A Review of New Studies)*. London and New York: Routledge, 1995, p. 1-57.

\_\_\_\_\_. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford : Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel, MADIANOU, Mirca. "Should you accept a *friends* request from your mother? And other Filipino dilemmas". (no prelo) s/d.

MINTZ, Sidney W.. Food and anthropology: a brief overview. *Rev. bras. Ci. Soc.* , São Paulo, v. 16, n. 47, 2001 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092001000300002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092001000300002&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 23 May 2008.

\_\_\_\_\_. *Sweetness and Power: The place of sugar in history*. Oxford: Basil Blackwell, 1985.

\_\_\_\_\_. "Encontrando Taso, me descobrindo". *Dados – Revista de Ciências Sociais*. No. 01, Volume 27, 1984. pp. 45-58

MITCHELL, J. C. "Social network". In: *Annual Review of Anthropology*, n. 3. Palo Alto, California: Annual Reviews, 1974.

\_\_\_\_\_. "The concept and use of social networks". In: *Social Networks in Urban Situations*. Manchester: Manchester University Press, 1969.

MOERAN, Brian, SKOV, Lisa. "Mount Fuji and the Cherry Blossoms: A View from Afar". In: KALLAND, A., ASQUITH, P. (ed.). *Japanese Images of Nature: Cultural Perspectives*. Surrey: Curzon Press, 1997. pp. 181-205

MONTANARI, Massimo. *Comida como cultura*. São Paulo: Ed. Senac, 2008.

MURCOTT, Anne. "Family meals - a thing of the past?" In: CAPLAN, Pat (Ed.) *Food, Health and Identity*. London and New York: Routledge, 1997. pp. 32-49

NADER, Laura. "Anthropology! – Distinguished Lecture - 2000". *American Anthropologist*. 103(3): 609-620, 2001.

OLIVEIRA, Adriana Capuano de. "Repensando a identidade dentro da emigração *dekassegui*". In: REIS, Rossana Rocha; SALES, Teresa; MARTES, Ana Cristina Braga. *Cenas do Brasil migrante*. São Paulo: Boitempo, 1999.

OLIVEIRA, João Pacheco. "Pluralizando tradições etnográficas: sobre um certo mal-estar na antropologia". In: LANGDON, Esther Jean & GARNELO, Luiza (org). *Saúde dos povos indígenas: reflexões sobre uma antropologia participativa*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2004. pp. 09-32

OLIVEN, Ruben George. "De olho no dinheiro nos Estados Unidos". *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, n. 27, 2001, p. 206-235.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTNER, S. B. "Theory in Anthropology since the Sixties". In: DIRKS, N. B.; ELEY, G. & ORTNER, S. B. (org.). *Culture, Power, History: A Reader in Contemporary Social Theory*. Princeton: University of Princeton Press, 1994. pp. 372-411.

\_\_\_\_\_. "Some Futures of Anthropology". *American Ethnologist*, 26(4): 984-91, 2000.

OSO CASAS, L. *Españolas en París*. Estrategias de ahorro y consumo en las migraciones internacionales. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2004.

PATARRA, N. L. “Transição demográfica: novas evidências, velhos desafios”. *Revista Brasileira de Estudos Populacionais*, Campinas, v. 11, n. 1, p. 27-40, 1994.

PEIRANO, Mariza. “A Favor da Etnografia”. In: *A Favor da Etnografia*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1995. pp. 31-57

\_\_\_\_\_. “O antropólogo como cidadão”. *Uma antropologia no Plural*. Três Experiências Contemporâneas. Brasília, Editora da UNB, 1992.

PENFOLD, Steve. *The Donut: A Canadian History*. Toronto: University of Toronto Press, 2008.

PERALDI, Michel. “Aventuriers du nouveau capitalisme marchand. Essai d’anthropologie de l’éthique mercantile”. In: ADELKHAH et BAYAR. *Voyage du développement. Emigration, commerce, exil*. Paris: Karthala, 2007. pp 73-114.

\_\_\_\_\_. “Marseille: réseaux migrants transfrontaliers, place marchande et économie de Bazaar”. *Cultures & Conflits*. n°33-34, 1999. pp. 51-67

PILCHER, Jeffrey. *Que vivan los tamales!*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1998.

PISCITELLI, Adriana. “On “gringos” and “natives”: gender and sexuality in the context of international sex tourism in Fortaleza, Brazil”. *Vibrant*. Volume 1. Número 1/2, 2004.

PORTES, Alejandro. “Economic sociology and the sociology of immigration: a conceptual overview”. In: PORTES, Alejandro (ed.), *The economic sociology of immigration – essays on networks, ethnicity and entrepreneurship*. New York, Russell Sage Foundation, 1995, pp. 1-41.

\_\_\_\_\_. “Immigration Theory for a New Century: Some Problems and Opportunities”. In: HIRSCHMAN, C.; KASINITZ, P.; DEWIND, J. *The Handbook of International Migration: the American Experience*. New York: Russell Sage Foundation, 1999. pp. 21-33.

PORTES, Alejandro, RUMBAUT, Rubén. *Immigrant America: a portrait*. (3ª edição). Los Angeles: University of Califórnia Press, 2006

PORTES, Alejandro, SENSENBRENNER, Julia. “Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action.” *American Journal of Sociology*, 98, 1993. pp. 1320 - 1350

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologias da Alimentação: Os comedores e o espaço social alimentar*. Fpolis, UFSC: 2004.

PUTMAN, Robert D. “The prosperous community: Social capital and public life.” *The American Prospect*, 4, 1993.

RABINOW, Paul. *Reflections on Fieldwork in Marocco*. Berkeley University of Chicago Press, 1977.

RAMOS, Alcida Rita. “O antropólogo como ator político”. In: *Desenvolvimento e Direitos Humanos. A Responsabilidade do Antropólogo*. Antônio A. ARANTES; Guilherme RUBEN; Guida DEBERT (orgs.). Campinas: Editora da Unicamp, 1992. pp. 155-162.

\_\_\_\_\_. “Ethnology Brazilian Style”. *Cultural Anthropology*. 5(4): 452-472, 1990.

RECKWITZ, A. “Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing”. *European Journal of Social Theory*. 5(2), 2002. pp. 243–63.

REIS, Leticia V. S. “A aquarela do Brasil: a mestiçagem e a construção nacional do samba e da capoeira”. São Paulo, mimeo, 1994.

RESENDE, R. “Tropical Brazucas: A Preliminary Study of Brazilians in South Florida”. *Mini-Seminar Brazilians Outside Brazil: Brasileiros Fora do Brasil*, University of Miami, Coral Gables, 2002.

RIAL, Carmen. “As práticas alimentares e suas interpretações”. In: GUIVANT, Julia, SPAARGAREN, Gert, RIAL, Carmen. *Novas Práticas Alimentares no Mercado Global*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2010. pp. 107-130

\_\_\_\_\_. “Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior”. Comunicação oral no Simpósio Especial “Circulação

Internacional, Fronteiras e Subjetividades”. 26ª Reunião Brasileira de Antropologia. Porto Seguro, Brasil, 2008.

\_\_\_\_\_. “Jogadores Brasileiros na Espanha: Emigrantes, porém...”. *Antropologia em Primeira Mão*. PPGAS/UFSC, Florianópolis, 2006.

\_\_\_\_\_. “Os fast-foods, uma homogeneidade contestável na globalização cultural”. *Horizontes Antropológicos*. Ano 3, n. 5, Porto Alegre, 1997. pp. 140-180

\_\_\_\_\_. *Le goût de l’image: ça se passe comme ça chez les fastfoods: étude anthropologique de la restauration rapide*. Tese (Doutorado) – Université de Paris V-Sorbonne, Paris, 1992.

RIBEIRO, Gustavo Lins. “A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 25, n. 74, Out. 2010. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092010000300002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092010000300002&lng=en&nrm=iso). Acesso em 09 de junho de 2011.

\_\_\_\_\_. “Practicing Anthropology in Brazil: A Retrospective Look at Two Time Periods”. *Practicing Anthropology*. 26(3): 6-10, 2004.

\_\_\_\_\_. “Goiânia, Califórnia, vulnerabilidade, ambigüidade e cidadania transnacional”. *Série Antropologia*, Departamento de Antropologia. Universidade de Brasília, número 235, 1998a.

\_\_\_\_\_. “Identidade Brasileira no Espelho Interétnico. Essencialismos e Hibridismos em São Francisco”. *Série Antropologia*, Departamento de Antropologia. Universidade de Brasília, número 235, 1998b.

RICOUER, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

SAHLINS, Marshall. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

SALES, Teresa. “Identidade étnica entre imigrantes brasileiros na região de Boston”. In: REIS, Rossana Rocha; SALES, Teresa; MARTES, Ana Cristina Braga. *Cenas do Brasil migrante*. São Paulo: Boitempo, 1999.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SASSEN, Saskia *The mobility of labor and capital: a study in international investment*

- and labor flow. New York, Cambridge University Press, 1988.
- \_\_\_\_\_. “Women Burden: Counter Geographies and the Feminization of Survival”. *Journal of International Affairs* 53, 2000.
- \_\_\_\_\_. *The Global City*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2001.
- SASAKI, E. M. “Dekasseguis: migrantes brasileiros no Japão”. *Encontro Nacional de Estudos Populacionais*, 11, Caxambu, 1998. Anais. Belo Horizonte: ABEP, 2000.
- SAYAD, Abdelmalek. *A imigração ou os paradoxos da alteridade*. São Paulo: EDUSP, 1998.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. “Complexo de Zé Carioca. Notas sobre uma identidade mestiça e malandra”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 29, 1995.
- SCHUTZ, A. *Estudios sobre Teoría Social*. Buenos Aires: Amarrortu, 1974.
- SCUDELER, V. “Imigrantes valadarenses no mercado de trabalho dos EUA”. In: REIS, Rossana; SALES, Teresa (orgs.). *Cenas do Brasil migrante*. São Paulo: Editora Boitempo, 1999.
- SCHATZKI, T. *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- SEREMETAKIS, C. N. “The Memory of the Senses: Historical Perception, Commensal Exchange and Modernity”. *Visual Anthropology Review*. Volume 9, n. 2, Setembro de 1993. pp. 02-18
- SEYFERTH, Giralda. “A Dimensão Cultural da Imigração”. *Anais do 34o. Encontro Anual da ANPOCS*. Caxambu, 2010.
- \_\_\_\_\_. “Imigrantes, estrangeiros: a trajetória de uma categoria incomoda no campo político” Mesa Redonda “Imigrantes e Emigrantes: as transformações das relações do Estado Brasileiro com a Migração”. *26ª Reunião Brasileira de Antropologia*, Porto Seguro, Brasil, 2008.
- \_\_\_\_\_. “Formação de Identidades Culturais em Contexto Migratório”. *XXIX Anpocs*. Caxambu, 2005. CD-ROM

SHOVE, Elizabeth. “Everyday Practice and the Production and Consumption of Time”. In: SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard (ed.). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg, 2009. pp. 17-34

SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard. “Introduction”. In: SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard (ed.). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg, 2009. pp. 1-16

SILVA, Vagner Gonçalves da. *O antropólogo e sua Magia: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre religiões afro-brasileiras*. São Paulo: EDUSP, 2000.

SIMMEL, Georg. “Um passeio sobre a questão da fronteira social”. *RBSE* 9 (25): 370-379, Abril de 2010.

\_\_\_\_\_. “As grandes cidades e a vida do espírito” (1903). *Mana*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, Oct. 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93132005000200010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132005000200010&lng=en&nrm=iso). Acesso em 01 de Fevereiro de 2011.

\_\_\_\_\_. “Sociologia da refeição”. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, n. 33, jan-jun 2004. pp. 159-166

\_\_\_\_\_. “O dinheiro na cultura moderna”. SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold (orgs.) *Simmel e a Modernidade*. Brasília: Unb, 1998. pp.23-40.

\_\_\_\_\_. “O Estrangeiro”. In: MORAES FILHO, Evaristo de (org.). *Georg Simmel*. São Paulo: Ática, 1983.

\_\_\_\_\_. “Essai sur la sociologie des sens”. In: *Sociologie et épistémologie*. Paris: PUF, [1908] 1981. pp. 223-238.

SIQUEIRA, Sueli. “O retorno motivado pela crise na economia norte-americana”. *Tempo e Argumento*. Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 64 – 79, jul./dez. 2009a.

\_\_\_\_\_. “Mobilidade social: análise comparativa do retorno de brasileiros dos EUA e Portugal”, in PADILLA, Beatriz e XAVIER, Maria (org.), *Revista Migrações*, n.º 5, Lisboa: ACIDI, Outubro de 2009b. pp. 135-154

\_\_\_\_\_. “Migrantes e empreendedorismo na Microrregião de Governador Valadares: Sonhos e frustrações no retorno”. 2006. Tese (Doutorado em Ciências Humanas: Sociologia e Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

SKLAIR, Leslie. *Sociology of the global system*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1991.

SLATER, Don. “The Ethics of Routine: Consciousness, Tedium and Value”. In: SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard (ed.). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg, 2009. pp. 217-230

SOARES, W. *Emigrantes e investidores: redefinindo a dinâmica imobiliária na economia valadarense*. Dissertação (Mestrado) – IPPUR, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 1995.

SPRANDEL, Márcia. “Breve análise da relação entre o Estado brasileiro e seus emigrantes”. In: FERREIRA, Ademir, PÓVOA NETO, Helion, SANTOS, Miriam de Oliveira. *A Experiência Migrante: Entre deslocamentos e Reconstruções*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010. pp. 305-324

STOLLER, Paul. “Sounds and Things: Pulsations of Power en Songhay”. In: LADERMAN, Carol; ROSEMAN, Marina.(org.) *The performance of healing*. New York: Routledge, 1996. pp. 165-184

\_\_\_\_\_. *The Taste of Ethnographic Things: The Senses in Anthropology*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989

SCHEPER-HUGHES, Nancy. “The primacy of the Ethical: propositions for a militant anthropology”. *Current Anthropology* 36(3), 1995. pp. 409-440.

TAUSSIG, Michael. *Mimesis and Alterity*. New York and London: Routledge, 1993.

TEDESCO, João Carlos. “As igrejas evangélicas e neopentecostais no cenário da imigração brasileira para a Itália”. *Anais do 34o. Encontro Anual da ANPOCS*. Caxambu, 2010.

TILLY, Charles. “Transplanted Networks”. In: YANS-Mc LAUGHLIN, Virginia. (ed.) *Immigration Reconsidered*. NY, Oxford: Oxford University Press, 1990. pp.79-95.

TURNER, Victor. “Dewey, Dilthey e drama: um ensaio em antropologia da experiência”. *Cadernos de Campo*. 13, Ano 14, USP, 2005. pp. 177-185

URRY, J. *Sociology beyond society*. London: Routledge, 2000

URRY, J. *Global complexity*. Cambridge: Polity, 2003.

VELHO, Gilberto. “O antropólogo pesquisando em sua cidade: sobre conhecimento e heresia.” In: VELHO, Gilberto (org.). *O desafio da cidade: novas perspectivas da antropologia brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1980.

VIEGAS, Susana de Matos. *Terra calada: os Tupinambá na Mata Atlântica do Sul da Bahia*. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2007.

VILAÇA, Aparecida. “Indivíduos Celestes – Cristianismo e Parentesco em um Grupo Nativo da Amazônia”. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 27(1): 11-23, 2007.

WACQUANT, L. *Corpo e Alma: Notas etnográficas de um aprendiz de boxe*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

WAIZBORT, L. “Georg Simmel e o judaísmo. Entre a emancipação e a assimilação”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Anpocs, n.27, ano 10, fev. 1995.

WARDE, Alan. “Consumption and Theory of Practice”. *Journal of Consumer Culture*. Vol 5(2), 2005. pp. 131–153

WARDE, A. , MARTENS, L. *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

WARDE, A., MARTENS, L., OLSEN, W. “Consumption and the Problem of Variety: Cultural Omnivorosity, Social Distinction, and Dining Out”. *Sociology* 33(1), 1999. pp. 105–27.

WEDIG, Josiane, MENASCHE, Renata. “Celebrando festas rurais: diálogos entre campo e cidade”. *Anais da 27ª Reunião Brasileira de Antropologia*. Belém, Pará, 2010.

WERBNER, Pnina. “Introduction: the dialectics of cultural hybridity”. In: WERBNER, Pnina e MOHOOD, Tariq (ed.) *Debating Cultural Hybridity: Multi-Cultural Identities and the Politics of Anti-Racism*. London, United Kingdom: Zed Books, 1997.

WILK, Richard. “The Edge of Agency: Routines, Habits and Volition”. In: SHOVE, Elizabeth, TRENTMANN, Frank, WILK, Richard (ed.). *Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. Oxford: Berg, 2009. pp. 143-156

WOORTMANN, Ellen F. “Identidades e Memória entre Teuto-Brasileiros: os dois lados do Atlântico”. *Horizontes Antropológicos*, ano 6, nº 14, UFRGS, Porto Alegre, 2000.

WOORTMANN, Klaas. “O sentido simbólico das práticas alimentares”. In: ARAÚJO, Wilma Maria Coelho, TENSER, Carla Márcia Rodrigues. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: SENAC, 2006.

\_\_\_\_\_. *Com parente não se negueia* O campesinato como ordem moral. Brasília: Editora Universitária de Brasília/Tempo Brasileiro, 1990.

\_\_\_\_\_. “A Comida, a Família e a Construção do Gênero Feminino”. *Revista de Ciências Sociais*, 29 (1), 1986, pp.103-30.

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

ZENTGRAF, Kristine. “Immigration and women’s empowerment: Salvadorans in Los Angeles”. *Gender and Society*, vol.16, nº5, 2002. pp.625-646.

ZONNABEND, F. *La mémoire longue*. Paris: Presses Universitaires de France, 1980.