UFRPE

www.journals.ufrpe.br/index.php/ABA/index

ABA
ARQUIVOS BRASILEIROS DE ALIMENTAÇÃO
Saúde • Cultura • Sociedade

BRAZILIAN ARCHIVES OF FOOD
Health • Culture • Society

Artigo original

Cozinha étnica: Uma Prática de Consumo Urbano

Cozinha étnica: Uma Prática de Consumo Urbano

Fabiana de Lima Sales
Turismóloga e Mestre em Turismo. Discente do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco. Técnica em Assuntos Educacionais do Museu da Abolição/IBRAM/MINC. E-mail: fabisales.trm@gmail.com

Recebido em: 28/06/2016 | Aceito em: 30/07/2016

RESUMO

O consumo e interesse pela gastronomia, tal como se apresenta na sociedade contemporânea, é uma prática marcadamente urbana. A diversidade na oferta gastronômica de uma cidade chega a constituir um requisito para que a cidade possa ser considerada cosmopolita (COLLAÇO, 2008). O conceito de gastronomia está ligado ao espaço urbano, industrializado e moderno, constituindo-se em uma prática carregada de reflexão e intencionalidades. Assim, a proposta deste trabalho dirige-se à reflexão acerca de uma modalidade de consumo gastronômico que se apresenta, para além de uma diferenciação no mercado de alimentos e bebidas, como um veículo de comunicação e resistência: a cozinha étnica. Ao lidar com elementos, tais como, memória, grupo étnico e valores culturais, a comida carregada de sentimentos e simbolismos se oferece como instrumento para pensar o "eu" e o "outro", as diferentes relações que podem ser estabelecidas entre estes sujeitos, reforçando, assim, o seu vínculo com o conceito de identidade cultural. Como procedimentos metodológicos, foi empregada neste artigo a revisão da literatura referente ao conceito de cozinha étnica, a qual foi confrontada com a realidade observada no Restaurante Altar – Cozinha Ancestral, localizado no centro da cidade do Recife (PE). Foi possível observar, no restaurante em questão, a presença de elementos tais como etnicidade, identidade, reconhecimento, autoafirmação e cultura numa experiência de consumo, marcada pelo contato interétnico viabilizado, por sua vez, pela proposta e efetivo preparo de uma cozinha que, comprometida com a sua ancestralidade, mostra-se uma prática fortemente contemporânea.

Palavras chaves:
gastronomia
consumo
cozinha étnica
restaurante altar

ABSTRACT

The consumption of and interest in gastronomy, as it is presented in contemporary society, is a markedly urban practice. The diversity in the gastronomic offer of a city constitutes a requirement for it to be considered cosmopolitan (COLLAÇO, 2008). The concept of gastronomy is linked to the urban, industrial and modern space, constituting itself as a practice full of reflection and intentions. Thus, the proposal of this article is directed to the discussion about a gastronomic consumption modality that presents itself, beyond a differentiation in the market of food and beverages, as a vehicle of communication and resistance: the ethnic cuisine. By dealing with elements such as memory, ethnic group, and cultural values, the food filled with feelings and symbolisms offers itself as a tool to think about the "self" and the "other", the different relations that may be established between these subjects, reinforcing, in this way, its bond to the concept of cultural identity. As methodological procedures, the revision of literature relative to the concept of ethnic cuisine was employed in this article, which was confronted with the reality found at Restaurant Altar – Cozinha Ancestral, located in downtown Recife (PE). It was possible to observe, in the aforementioned restaurant, the presence of elements such as ethnicity, identity, recognition, self-affirmation and culture in a consumption experience, marked by interethnic contact, feasible by the proposition and effective preparation of a cuisine that, committed to its ancestry, shows itself as a strongly contemporary practice.

Keywords:
gastronomy
consumption
ethnic cuisine
Restaurante Altar

Introdução

O fazer culinário nunca esteve tão em pauta na sociedade ocidental contemporânea como nos últimos tempos. Em que pese já terem sido analisadas desde a perspectiva do fato social total, as discussões acerca dos processos que envolvem a alimentação e a gastronomia invadem não só os restaurantes (e demais espaços que prestam serviços ligados à alimentação) como também os lares, as salas de aula e do cinema, as bancas e livrarias e os espaços públicos.

Os festivais gastronômicos marcam o calendário de eventos (em espaços abertos e fechados) de uma cidade como Recife[2] ao longo de todo o ano[3]. A presença de *food parks*[4] é oferecida como atrativo extra em eventos musicais e artísticos. Os programas de televisão dedicados à gastronomia ocupam cada dia mais espaço na grade das grandes emissoras e os reality shows gastronômicos atraem adultos e crianças, de ambos os sexos, sendo grande sucesso de audiência em todo o mundo.

O mercado editorial há mais tempo dedica espaço para conteúdos no campo da alimentação. Contudo, pode-se observar atualmente um crescimento vertiginoso na segmentação dessa produção: alimentação funcional, fitness, vegana etc. Num movimento natural, as instituições de ensino superior acompanham este momento do 'consumo' da gastronomia (observado em diferentes formatos e contextos) e cresce o número de turmas em cursos de gastronomia, seja a nível de bacharelado, cursos tecnológicos ou de pós-graduação[5].

O consumo e interesse pela gastronomia, tal como se apresenta na sociedade contemporânea, é, todavia, uma prática marcadamente urbana. A diversidade na oferta gastronômica de uma cidade chega a constituir um requisito para que a cidade possa ser considerada cosmopolita (COLLAÇO, 2008). O conceito de gastronomia está ligado ao espaço urbano, industrializado e moderno, constituindo-se em uma prática carregada de reflexão e intencionalidades.

Pensando neste quadro, vale marcar a diferença entre o conceito de gastronomia e de culinária. Embora, na prática, pareça que tanto o cozinheiro (que pode não ter nenhuma formação específica na área) como o chef de cozinha (que hoje em dia precisa se qualificar a nível de ensino formal para alcançar esse reconhecimento) tenham como matéria de trabalho o mesmo material (ingredientes, a ideia das preparações e os utensílios e equipamentos necessários), no âmbito do consumo, os comensais parecem perceber a diferença existente entre os dois ofícios, atribuindo ao segundo notoriedade e significativo status social.

O renomado chef de cozinha Alex Atala e o historiador Carlos Alberto Doria resumem a diferença entre culinária e gastronomia da seguinte forma:

> Culinária é o conjunto de técnicas, de matérias-primas e de modos de fazer que corresponde às várias adaptações possíveis dos homens ao meio ambiente em que vivem. Gastronomia é o discurso e a prática que se estabelece em torno deste objeto – a culinária –, com o propósito de potencializar sabores e outros prazeres sensuais que se organizam em torno da mesa. (ATALA; DORIA, 2008, p. 175).

De acordo com Collaço (2008, p. 204), caberia ainda uma distinção entre gastronomia e cozinha, sendo a gastronomia "um instrumento para pensar o comer contemporâneo que permite acessar diferentes expressões de cozinhas", enquanto as cozinhas são modelos que permitem a reflexão sobre a formação de identidades e a exposição de relações sociais culturais e econômicas de diferentes instâncias. A gastronomia, dessa forma, incorpora a variedade, a novidade, tendo como um de seus interesses a pluralidade de sabores e saberes presentes em distintas cozinhas.

Assim, a proposta deste trabalho se dirige à reflexão acerca de uma modalidade de consumo gastronômico que se apresenta, para além de uma diferenciação no mercado de alimentos e bebidas, como um veículo de comunicação e resistência: a cozinha étnica. Ao lidar com elementos, tais como, memória, grupo étnico e valores culturais, a comida carregada de sentimentos e simbolismos se oferece como instrumento para pensar o "eu" e o "outro", as diferentes relações que podem ser estabelecidas entre estes sujeitos, reforçando, assim, o seu vínculo com o conceito de identidade cultural.

O conceito de cozinha étnica

Para pensar em um conceito de cozinha étnica, é preciso refletir a partir de algumas realidades, nas quais a expressão vem sendo empregada. Collaço (2008) apresenta uma abordagem muito interessante em que discute o título atribuído à cidade de São Paulo, em 1997, de "Capital Mundial da Gastronomia". O título, por sua vez, está fortemente atrelado à variedade na oferta gastronômica disponível para os

[2]A cidade do Recife é considerada pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) o terceiro pólo gastronômico do Brasil e o 1° das regiões Norte e Nordeste.

[3]Em 2015, foram realizados na cidade do Recife diversos festivais gastronômicos, dentre os quais se destacam: Comida de Buteco, Festival de Bar em Bar, Recife Restaurant Week, Festival Gastronômico de Pernambuco e Festival Brasil Sabor. Todos realizados com apoio institucional da Prefeitura da Cidade do Recife e do Governo do Estado de Pernambuco.

[4]Food parks são parques de alimentação montados em espaços abertos que, normalmente, oferecem produtos associados à comida rápida, de rua, todavia, com uma proposta mais elaborada. A tendência surgiu em grandes metrópoles mundiais e vem se popularizando no Brasil desde 2014. Os produtos nos *food parks* podem ser comercializados em estruturas fixas montáveis, porém é mais comum o uso de bicicletas, trailers, veículos adaptados ou especialmente desenhados para a comercialização de alimentos – os *food trucks*.

[5]Foram encontrados, na cidade do Recife, oito instituições de nível superior que possuem cursos tecnológicos ou de bacharelado em gastronomia, oferecendo, a maioria delas, turmas no turno da manhã e noite.

consumidores da capital paulista, que possibilitaria o consumo de gastronomia representativa de mais de 45 países. Tamanha diversidade à mesa (dos restaurantes, ao menos) é decorrência direta dos vários fluxos migratórios iniciados no século XX e do crescente processo de globalização observado, sobretudo, na sociedade ocidental.

> A pluralidade cultural e seu convívio se fincam no horizonte e determinam o ser cosmopolita, neste caso, pelo convívio com a diferença cultural exposta pelas cozinhas dos restaurantes. Cozinha e cultura parecem ser tomadas de maneira equivalente e degustar as diferenças é parte da performance do habitante da metrópole (COLLAÇO, 2008, p. 3).

Para ratificar o laço estreito entre comida e cultura, Montanari (2008) afirma que comida é cultura quando produzida, quando preparada e quando consumida, visto que em todas as etapas o homem está fazendo escolhas, baseadas em intenções socialmente construídas e preferências individuais e coletivas.

Estar apto, desta forma, a observar os movimentos do mercado gastronômico – conhecer pratos e técnicas de preparo, conhecer bebidas e produtos importados, saber identificar chefs e restaurantes de destaque – mostra que o sujeito contemporâneo volta a enxergar o conhecimento do universo atrelado ao fazer culinário como um instrumento de diferenciação social[6]. A comida entra no rol dos bens culturais (capital cultural), aos quais são atribuídos distinção e prestígio, e os restaurantes passam a ser as novas vitrines do consumo cultural tanto quanto os teatros, museus e galerias de arte etc.

Para Bourdieu (2007), o capital cultural corresponde ao conjunto de qualificações intelectuais produzido pelo sistema escolar ou acadêmico ou construído e transmitido no ambiente familiar, sendo o capital cultural, ao lado do econômico, aquele que mais fornece critérios de diferenciação social. O autor afirma que a cultura é um campo de disputas que tem por objetivo manter os distanciamentos distintivos entre as classes sociais, no qual os agentes estariam constantemente desejando assegurar reconhecimento e diferenciação social. No contexto da sociedade cosmopolita, o capital cultural parece também poder ser adquirido através do consumo gastronômico.

Numa análise profunda do que caracteriza o gosto e a distinção, no contexto da sociedade francesa, Bourdieu (2007) apresenta três maneiras de se distinguir a partir do consumo de itens como alimentação (refeições no restaurante ou na cantina); apresentação de si (vestuário, calçados, cirurgia plástica, limpeza, etc.); e cultura (livros, jornais, discos, espetáculos, etc.). O autor faz o cruzamento entre o consumo dos itens mencionados dentro de esferas sociais distintas, demonstrando como as classes sociais procuram preservar a ideia de distinção por meio de suas preferências. Pensando novamente no consumo gastronômico, pode-se situá-lo tanto no campo da alimentação (necessidade primária), como no da cultura (bem cultural, luxo), de modo a entender o status de que este tipo de consumo goza na sociedade contemporânea.

Cabe, ainda, citar a reflexão de Campbell, utilizada por Lívia Barbosa (2004), que situa o consumo como uma prática social ligada ao (re)conhecimento de si, o que reforça a intenção do sujeito contemporâneo de autoafirmar-se e, ao mesmo tempo, diferenciar-se pela via do consumo.

Ao pensarmos a cozinha étnica dentro das muitas possibilidades de consumo gastronômico, Van den Berghe traz uma discussão acerca deste conceito, reforçando o elo existente entre comida e etnicidade:

> Our cuisine is the symbolic expression of our sociality, first in the intimate domestic sphere, and by extension with the larger group that shares our specific culinary complex: the inventory of food items, the repertoire of recipes, and the rituals of commensalism. Along with language, the food complex thus become a basic badge of ethnicity. (VAN DEN BERGHE, 1984, p. 392).

Ao mesmo tempo em que o autor associa a comida étnica ao passado memorial (infância, família, etc.), o consumo consciente da cozinha étnica só pode desenvolver-se no contexto do contato interétnico, pois não existe a consciência de que a comida do sujeito que come é étnica ou representativa de um grupo até que se entra em contato com outras tradições culinárias. Daí, deriva a associação entre cosmopolitismo e diversidade cultural (presente nos grandes centros urbanos) e o potencial para o desenvolvimento e consumo de cozinhas étnicas: "the vitality and the versatility of ethnic cuisine in the modern, urban, industrial context is but one aspect of the persistence of ethnicity itself" (VAN DER BERGHE, p. 393).

Fredrik Barth traz uma reflexão pertinente ao considerar os grandes fluxos humanos, encontrados mormente nas grandes cidades, e as fronteiras étnicas:

[6]De acordo com Montanari (2008), no contexto europeu, quando ocorre a passagem da sociedade da fome (período pré-moderno) para a sociedade da abundância, o consumo alimentar perde força enquanto instrumento de distinção social, situação que se reverte no século XXI.

> Torna-se claro que as fronteiras étnicas permanecem apesar do fluxo de pessoas que as atravessam. Em outras palavras, as distinções entre categorias étnicas não dependem da ausência de mobilidade, contato e informação, mas implicam efetivamente processos de exclusão e de incorporação, através dos quais, apesar das mudanças de participação e pertencimento ao longo das histórias individuais, estas distinções são mantidas (BARTH, 2000, p. 26).

Este autor lembra que, comumente, nos estudos antropológicos, a expressão grupo étnico designa uma população que (a) se autoperpetua do ponto de vista biológico; (b) compartilha valores culturais fundamentais; (c) constitui um campo de comunicação e interação; e (d) tem um conjunto de membros que se identificam e são identificados por outros como constituindo uma categoria da mesma ordem.

Assim, a cozinha étnica não está fadada a uma apresentação engessada, imutável na apresentação de seus ingredientes e preparações no contexto da cidade multiétnica (COLLAÇO, 2008, VAN DEN BERGHE, 1984). Ela está em constante adaptação, sofrendo processos de releituras e reinterpretações dos mesmos elementos e de novos elementos que passam a circular em torno da ideia de nação, regiões, territórios, famílias, etnias etc.

Para Van den Berghe (1984), a cozinha étnica deve ser perpetuada ou recriada não apenas em resposta a um inventário alimentar preexistente, mas também como um símbolo de descendência comum, um marcador que fortalece os laços sociais. Este autor, assim como Montanari (2008), destaca a grande força que a cozinha étnica possui enquanto forma de acesso à cultura do Outro.

Acompanhando este pensamento, temos a possibilidade de inserção da cozinha étnica no contexto de um turismo interno ou doméstico. Dentro dos grandes centros urbanos, diante da oferta gastronômica que o coloca diante da cozinha do Outro, o sujeito cosmopolita tem a oportunidade de estar em contato com uma cozinha que o transportará para culturas, sabores e valores, até então desconhecidos, ou ao menos ainda não experienciados de forma pessoal. E a partir da reação (de aceitação ou negação) a essa experiência, ele pode construir novos laços ou reforçar laços já existentes com horizontes culturais[7] diferentes dos seus.

> Food is an especially appropriate target of ethnic revival, not only because of its potency as a reinforcer, but because of the relative ease with which food tastes can be acquired and transmitted [compared to, say, language or belief systems] (VAN DEN BERGHE, 1984, p. 393).

Paula Arvela (2013) reforça o grupo de pesquisadores que atribuem à comida étnica uma natureza necessariamente urbana e cosmopolita agregando-lhe o distintivo de 'capital cultural' ou ainda 'capital cultural culinário', na perspectiva de David Bell (2002, apud ARVELA, 2013). A autora destaca o papel que a cozinha desempenha para os grupos étnicos, representando para estes um modo de vida. Para os que fazem parte do grupo, a comida reforça sentimentos de solidariedade, perpetuando a familiaridade e o conforto daquilo que é conhecido. Daí, o papel crucial que a comida étnica desempenha no contexto das sociedades diaspóricas.

> For these reasons, ethnic food acquires significant meaning in diasporic communities. It strengthens cultural ties and social bonds, asserting shared cultural origins, which enacted in commensality. Ethnic food is a tool of cultural survival (ARVELA, 2013, p. 4).

No trabalho intitulado “Ethnic food: the other in ourselves”, Arvela apresenta duas situações em que a cozinha étnica pode ser interpretada de forma bastante diversa. No primeiro caso, a cozinha australiana orgulhosamente sustenta suas origens na grande variedade culinária que leva a diferentes países da Ásia e Oceania, além das referências oriundas da sua nação colonizadora, a Grã-Bretanha. O contraponto está na cidade de Luca, região da Toscana, Itália, em que o Conselho Municipal proibiu a presença de novos restaurantes étnicos no centro histórico da cidade, alegando que os estabelecimentos estariam causando mal-estar, ameaçando a ideia de 'italianidade'. Este posicionamento é marcado pela ideia de uma mítica cozinha unificada, enraizada, construída a partir de uma suposta continuidade e permanência, o que não mais espelha a realidade da gastronomia produzida (e reverenciada) na Itália.

[7] Consideremos que o contato com a cozinha do Outro, numa perspectiva de consumo turístico, não pode ser caracterizado como o contato com a cultura do Outro de forma aprofundada ou suficiente. Em que pese o poder de representatividade, simbolismo e valores culturais presentes na comida, o consumo da cozinha étnica enquadrado no consumo turístico levanta outros questionamentos e demanda reflexões importantes em torno da questão da autenticidade, cujo conteúdo foge ao objetivo deste trabalho.

O restaurante altar: cozinha ancestral

Localizado no bairro de Santo Amaro, região central da cidade do Recife, o Restaurante Altar - Cozinha Ancestral, inaugurado em maio de 2014, não possui placa de identificação na sua fachada (por sinal, bastante discreta), mesmo tendo sido eleito Restaurante Revelação 2015/2016 por uma publicação considerada referência na indicação de serviços gastronômicos.

Serão apresentados, neste tópico, dados extraídos da entrevista[8] realizada com a proprietária, chef de cozinha e Iabassê[9], filha de Xangô, Dona Carmem Virgínia. Na análise da fala da entrevistada, muito do que foi apresentado em relação ao conceito de cozinha étnica pode ser constatado na realidade do Restaurante Altar, começando pela identificação daquela como iabassê - cozinheira dos orixás[10] - e também dos homens.

Incomodada com a denominação de 'chef de cozinha', a Iabassê afirma que deseja estar em contato com as panelas, que nem sempre é o local onde o chef se encontra. O Altar é o local onde D. Carmem faz da cozinha o seu ideal de vida, uma cozinha mais elevada, onde a estrela é a comida, é aquilo que vai ao fogão. Para ela, o seu Altar oferece para o cliente uma comida com identidade. Ela própria explica:

> O Altar é uma oca indígena. Tem um pouquinho de português, mas é muito 'pixaim' aqui. Pixaim, pela minha origem mesmo, por aquilo que eu aprendi a amar com o tempo. Porque a gente não nasce gostando desse tipo de comida. A gente vai provando diversos tipos de comida e, dentro daquelas comidas, você vai elegendo aquilo que você mais ama.

Apesar de ter sido escolhida para o cargo de Iabassê ainda criança, somente anos depois, D. Carmem ocupou essa função de protagonista na cozinha do terreiro. Sobre o cargo de iabassê, Roger Bastide, sociólogo francês que estudou de forma aprofundada as religiões de matriz africana no Brasil, afirma que:

> A cozinheira ocupa, no conjunto hierárquico das sacerdotisas, um lugar importante. É uma das filhas-de-santo, particularmente escolhida para essa função, que se chama *iabassê*. Mas seu trabalho é sempre feito sob o controle da mãe-de-santo. Daí, talvez a importância assumida pelas mulheres nos candomblés do Brasil, enquanto o papel principal cabe aos homens nas religiões africanas (BASTIDE, 2001, p. 333).

Bastide (2001) explica que, tratando-se o ato de cozinhar como um sacerdócio, no candomblé, a cozinha e, consequentemente as refeições configuram-se em ritos carregados de simbolismo, tanto quando se trata das comidas que serão oferecidas aos deuses nos seus pejis (santuários), das comidas que serão preparadas para os ritos de iniciação que envolvem o sacrifício de animais ou os pratos que serão compartilhados entre devotos e não devotos do candomblé nas festas profanas, abertas ao público.

As festas públicas que, de acordo com Raul Lody, são verdadeiros momentos de socialização, são ansiadas por toda a comunidade, sendo, para uns, a hora de fazer a principal refeição do dia, enquanto, para outros, apresentam-se como uma oportunidade de experimentar novas preparações e ingredientes. “Come-se com fartura nos terreiros de candomblé. A comunidade do terreiro come, os visitantes comem. A comida estabelece relações e aproxima as pessoas” (LODY, 2013, p. 32).

A comida de terreiro, para este autor, apresenta-se como um dos melhores instrumentos de comunicação entre os homens e os orixás e os homens e seus antepassados, posto que, carregadas de complexidade, as receitas e o fazer culinário traduzem histórias mitológicas, épicas e sociais, funcionando na manutenção do equilíbrio hierárquico, ético e moral no candomblé.

D. Carmem associa a sua cozinha à ideia de cozinha ancestral, a um saber que não lhe foi ensinado e que lhe ficou na memória. Ela afirma que “teve encontros com essa cozinha”, que ela come e quer apresentar para o outro. Lody corrobora a presença da afetividade no fazer culinário: “cada receita é um universo complexo. Não é apenas o cumprimento de uma lista de quantidades e de ingredientes. É antes de tudo uma compreensão afetiva diante da comida (LODY, 2013, p. 131)”.

A respeito do termo 'cozinha étnica', ela afirma que a sua cozinha vem “de uma etnia, de um povo, de um povo único, que foi [a sua cozinha] fundida com outras cozinhas”, visto que no Altar se faz uma cozinha brasileira, ancestral, baseada, contudo, nas três principais matrizes étnicas (africana, indígena e portuguesa) que formaram a cozinha brasileira.

[8]Entrevista realizada no Restaurante Altar – Cozinha Ancestral, no dia 22 de outubro de 2015.

[9]Iabassê é a escrita do termo utilizado por Roger Bastide na obra O candomblé da Bahia: rito nagô (2001). Também pode ser encontrada, na literatura correlata, a utilização dos termos iabassé, yabassé ou yiabassé, todos pronunciados da mesma forma.

[10]Dona Carmem Virgínia é iabassê do terreiro Ilê Axé Ogbon Obá, localizado no bairro de Água Fria, Recife, existente há 16 anos. Para se consagrar chef de cozinha entre os homens, ela foi aluna do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da Faculdade SENAC.

Todavia, D. Carmem confere um protagonismo destacado à cozinha do seu povo, afirmando que poucas pessoas têm coragem de apresentar a cozinha negra dos orixás, haja vista toda a carga de racismo, preconceito e intolerância que tem historicamente acompanhado o povo negro (e da qual, ela própria diz ter sido vítima diversas vezes) e cada dia se mostra mais evidente na sociedade brasileira. Lutando contra esse quadro, a Iabassê deseja dar identidade a essa cozinha [negra, de terreiro] e mostrar que o seu povo é rico, descendente de reis e rainhas que foram escravizados em vez de ser descendentes de escravos, conforme o discurso predominante a esse respeito.

Apelidada pela vizinhança de 'baiana' pelas roupas que utiliza dentro e fora do seu restaurante – o que constitui uma das formas que ela encontra para expressar o seu vínculo com o povo de terreiro - D. Carmem não se incomoda com a referência, por acreditar que ela está ligada, não a uma suposta origem baiana, mas, sim, à imagem da baiana com as suas saias e seus acarajés[11], o que a dignifica e lhe serve inclusive como inspiração. Lody explica o simbolismo mítico associado ao popular acarajé para o povo de terreiro, também encontrado nas práticas cotidianas da Bahia:

> Acarajé é uma comida de final de tarde. É uma comida de Iansã, orixá dos ventos e que representa a mulher livre. Iansã, que também é conhecida por Oiá, ensinou à mulher o ofício de fazer acarajé. É uma comida de mercado, de tabuleiro. Comida quente, feita no azeite de dendê (LODY, 2013, p. 107).

Apesar de nunca ter estado na Bahia (exceto de passagem pelo aeroporto) ela afirma que sua árvore genealógica de linha maternal vem da Nigéria, através dos povos iorubá, de etnia haussá, o que lhe assegura o vínculo com o continente africano e, quiçá, com o território baiano[12].

Quando perguntada a respeito do que expressa a ideia de etnia e ancestralidade no Altar, D. Carmem aponta as cores presentes nas paredes do restaurante, as fitas de Nosso Senhor do Bonfim, amarradas nas grades do terraço e a presença de santos católicos em meio a imagens de orixás (sincretismo religioso). Ela conta que inicialmente, a decoração do seu restaurante era mais "calma", mais discreta, pois ela "precisava sobreviver". Atualmente, encontra-se em desenvolvimento uma nova proposta de ambientação pro Altar que terá uma "pegada mais étnica, de ancestralidade", buscando fortalecer uma identidade visual étnica para o Restaurante.

Empregados como marcadores de um grupo étnico, como neste caso, os objetos materializam as categorias culturais, postos como símbolos de etnicidade: "o significado cultural que organiza um mundo torna-se parte visível e demonstrável de tal mundo por meio dos bens" (McCRAKEN, 2007, p. 102). Artigos como vestuário, alimentos, interiores e adornos residenciais servem como meio para a expressão do significado cultural que constitui o mundo, na opinião de MacCraken (2007).

Barth corrobora a ideia de que signos e sinais manifestos desempenham papel importante na expressão da identidade:

> O conteúdo cultural das dicotomias étnicas parece ser, em termos analíticos, de duas ordens diferentes: (i) sinais e signos manifestos, que constituem as características diacríticas que as pessoas buscam e exibem para mostrar sua identidade; trata-se frequentemente de características tais como vestimenta, língua, forma das casas ou estilo geral de vida; e (ii) orientações valorativas, ou seja, padrões de moralidade e excelência pelos quais as performances são julgadas (BARTH, 2000, p.32)

Sobre a ideia de prestígio atrelada ao Altar, a Iabassê faz a seguinte reflexão: "eu acho que o Altar hoje é um restaurante que atrai gente boa", ao pensar que o restaurante é frequentado por poetas, cantores, compositores, professores, artistas. De uma forma geral, formadores de opinião. Porém, diz ela que lhe interessa todo o público que vai ao restaurante, não em busca da oportunidade de fazer uma avaliação do estabelecimento, e, sim, visando ver o povo de terreiro de maneira diferente.

Ela acredita que o que chama a atenção do público do Altar, influenciado pela tradicional forma de divulgação 'boca a boca', é a comida: "*ela é a estrela*". Mas as pessoas estariam em busca de uma energia diferente, que se encontra nos terreiros e que se sabe que D. Carmem (e o Altar) possui. A clientela estaria buscando, além da boa comida, o contato com a Iabassê e o seu Axé.

Voltando à questão da identidade, D. Carmem reitera que "a cozinha étnica tem que criar identidade através do alimento", de modo que existiriam outros restaurantes que vendem uma 'comida de negro', mas, desprovidos dessa consciência, não assumiriam o seu papel dentro de um contexto identitário. Essa ideia é

[11]O acarajé é um dos carros chefes do cardápio do Altar.

[12]De acordo com Edison Carneiro (1981), os negros sudaneses, oriundos da atual Nigéria, dentre os quais encontram-se os nagôs (iorubás), jejes, minas, haussás, galinhas, tapas, bornus, fulas e mandingas (muçulmanos) seriam majoritários no estado da Bahia, especialmente, na região do Recôncavo Baiano.

reforçada por Lody, para quem a comida está fortemente atrelada à construção ou fortalecimento da identidade e, porque não dizer, um instrumento de resistência.

> Comidas que estão nos cardápios dos candomblés. Comidas que circulam nas cozinhas dos terreiros e das casas. São receitas que afirmam identidades [...] Sem dúvida, a comida é essencialmente identitária. É emblema de regiões de comunidades, de segmentos étnicos, e conquista um reconhecimento que vai além do sentido gastronômico (LODY, 2013, p. 24).

Sobre o modo como se apresenta ao público, dentro e fora do restaurante, D. Carmem enfatiza a importância do seu torso – acessório de tecido, utilizado para ornamentar a cabeça da mulher de terreiro – que deve ser utilizado observando-se as questões hierárquicas dentro do terreiro, pois "não é todo mundo que vai usar o torso igual ao torso de uma Ialorixá, porque não pode!". Assim, a Iabassê (que se encontra num quarto degrau abaixo da Ialorixá dentro da hierarquia do povo de santo) criou uma forma própria de usar o torso sem ferir a hierarquia do seu terreiro, abusando de cores fortes e chamativas, empregadas muitas vezes em justaposição: "[o torso] é a minha coroa [...] e quanto mais alto o turbante, mais poderosa eu me sinto".

Considerações finais

O restaurante Altar – Cozinha Ancestral, mesmo com pouco tempo de funcionamento, já demonstra usufruir de certo reconhecimento por parte do mercado gastronômico (público e formadores de opinião) local e de outros estados[13]. Apesar de, num primeiro momento, a Iabassê se dizer incomodada com certos rótulos, tais como "cozinha étnica", na sua fala, o incômodo desaparece por completo e ela mostra ter bastante apropriação quanto ao conteúdo que o termo carrega.

A chef de cozinha destaca o sentimento de pertencimento a um grupo que, mesmo tendo sofrido o processo de diáspora há vários séculos (a diáspora africana decorrente da escravidão), continua reafirmando as suas raízes e lutando pelo direito de ter sua identidade cultural visível e visibilizada. Fica claro que para a Iabassê, a cozinha que ela oferece no seu Altar não diz respeito ao terreiro de candomblé A ou B, nem mesmo ao terreiro de que faz parte, mas, sim, a uma comida de negro, do povo de santo, de todos aqueles que compartilham raízes africanas e que mantém esse vínculo aceso por meio das suas diversas práticas religiosas. Neste contexto, temos um restaurante localizado em um centro urbano, em que a expressão de um grupo étnico presente e atuante, oferece aos seus comensais a oportunidade de contato mais próximo com a cultura do povo de terreiro pela via do consumo gastronômico.

Dona Carmem Virgínia expressa sua ideia de prestígio associando-a ao fato do restaurante ser frequentado por profissionais liberais da classe artística, da comunicação e que atuam no ensino. Um público que, na visão de Bourdieu, pode não ser detentor de capital econômico, mas certamente, possui um significativo capital cultural, o qual também confere distinção e status social.

Finalizando, podemos encontrar no Restaurante Altar a presença de elementos tais como etnicidade, identidade, reconhecimento, autoafirmação e cultura numa experiência de consumo e espaço de sociabilidade, marcados pelo contato interétnico viabilizado por uma cozinha cujas preparações são, de fato, dignas dos deuses e, que costumam deixar os seus comensais bastante satisfeitos.

Agradecimentos

Agradecemos imensamente à Iabassê, Dona Carmem Virgínia Santos, pela colaboração, gentileza e disposição com que esta pesquisadora foi recebida. Esperamos ter conseguido transmitir um pouco do Axé do Restaurante Altar nas entrelinhas deste trabalho.

Referências

ATALA, Alex; DORIA, Carlos Alberto. **Com unhas dentes & cuca**: prática culinária e papo cabeça ao alcance de todos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008.

ARVELA, Paula. Ethnic food: the other in ourselves. In: SANDERSON, D.; CROUCH M. (eds.) **Food: expressions and impressions**. Oxford, United Kingdom: Inter-disciplinary Press. p. 45-56.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004.

BARTH, Fredrik. Os grupos étnicos e suas fronteiras. In: _____. **O guru, o iniciador e outras variações antropológicas**. Rio de Janeiro: Contra capa, 2000. p. 25-67.

BASTIDE, Roger. **O candomblé da Bahia**: rito nagô. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CARNEIRO, Edison. **Religiões negras; Negros Bantos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira; Brasília: INL, 1981.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. **O uso de identidades étnicas na Capital mundial da Gastronomia**: o caso da cidade de São Paulo. Anais do Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2008.

_____. Gastronomia: a trajetória de uma construção recente**. Habitus.** Goiânia, v. 11, n. 2, p. 203-222, jul/dez 2013.

LODY, Raul. **Bahia bem temperada:** cultura gastronômica e receitas tradicionais. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2013.

McCRAKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **ERA**, v. 47, n. 1, jan/mar 2007, p. 99 – 115.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2008.

UOL. NE10. BLOG SOCIAL1. **Jantar que comemora a consciência negra vai de nugget de feijoada a aligot do sertão**. Disponível em http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2015/11/17/jantar-que-comemora-a-consciencia-negra-vai-de-nugget-de-feijoada-a-aligot-do-sertao. Acesso em 10 dez 2015.

VAN DEN BERGHE, Pierre. Ethnic Cuisine: culture in nature. **Ethnic and Racial Studies**, v. 7, n. 3, 1984. p. 387-397.

[13]Acompanhando o Restaurante Altar através de redes sociais, é possível saber que a chef de cozinha tem participado de festivais locais e outros eventos gastronômicos em outros estados, bem como foi convidada para assinar o cardápio de um bar/bistrô localizado em bairro boêmio e muito frequentado no centro do Recife.