

# COMIDA, COMUNICAÇÃO E IDENTIDADE NA CONVIVÊNCIA INTERCULTURAL ENTRE JOVENS\*

---

*Food, communication and identity in intercultural coexistence among young people*

*Comida, comunicación e identidad en la convivencia intercultural entre jóvenes*

---

Joana A. Pellerano

Joana Pellerano é doutora em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP) e professora no Centro Universitário Senac. São Paulo, SP, Brasil.

E-mail: joanapellerano@yahoo.com.br

---

## Resumo

Esse artigo visa a discutir como se dá a relação entre comunicação, consumo alimentar e identidade em uma situação de convivência intercultural vivida por 450 estudantes oriundos das 27 unidades federativas do Brasil, que moram e estudam na Escola Sesc de Ensino Médio (Esem). Por meio de observação participante e grupos de discussão, a pesquisa mostra que os sujeitos acionam o consumo alimentar como um meio de comunicação na convivência intercultural com diferentes objetivos.

Palavras-chave: Comunicação. Alimentação. Identidade. Consumo. Convivência Intercultural.

## Abstract

This article aims to discuss how the relationship between communication, food consumption and identity occurs in a situation of intercultural coexistence experienced by 450 students from Brazil's 27 federative units, who live and study at Escola Sesc de Ensino Médio (Esem). Through participant observation and discussion groups, this research shows that individuals use food consumption as a means of communication in intercultural coexistence with different goals.

Keywords: Communication. Food. Identity. Consumption. Intercultural Coexistence.

## Resumen

En este artículo se pretende discutir cómo se dá la relación entre comunicación, consumo alimentario e identidad en una situación de convivencia intercultural vivida por 450 estudiantes oriundos de las 27 unidades federativas de Brasil, quienes viven y estudian en la Escola Sesc de Ensino Médio (Esem). Por medio de observación participante y grupos de discusión, la investigación muestra que los sujetos accionan el consumo alimentario como un medio de comunicación en la convivencia intercultural con diferentes objetivos.

Palabras clave: Comunicación. Alimentación. Identidad. Consumo. Convivencia Intercultural.

\*O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

❖ Artigo recebido em 14 de maio de 2019 e aceito para publicação em 08 de outubro de 2019.

## Introdução

Comer encontra-se na intersecção entre natureza e cultura, porque comemos por necessidade, mas não aceitamos consumir tudo que é comestível, nem o fazemos em qualquer circunstância ou companhia (Montanari, 2008). As escolhas alimentares são tão imersas na rotina que parecem instintivas, uma noção questionada apenas no contato com a alteridade (Barbosa, 2007; Laplantine, 1991), quando descobrimos que existem outras formas de comer e se relacionar com a comida. Como um elemento cultural presente no cotidiano, a alimentação funciona como ferramenta de reconhecimento, diferenciação e adaptação na convivência com outras culturas, principalmente na diáspora (Collaço, 2009). Em um espaço de convivência intercultural, as pessoas podem fazer uso do consumo alimentar material ou simbólico como um processo comunicativo com diferentes objetivos (Pellerano, 2018).

Ao tomar a alimentação como um importante elemento cultural e identitário, o objetivo do presente trabalho é discutir como se dá a relação entre comunicação, consumo alimentar e identidade em uma situação de convivência intercultural, notadamente a vivida pelos estudantes oriundos das 27 unidades federativas do Brasil que moram e estudam na Escola Sesc de Ensino Médio (Esem), cujo campus localiza-se no Rio de Janeiro. Em abril e maio de 2017, foram realizadas observação participante durante 18 refeições de 450 estudantes escola-residência, com idades entre 14 e 17 anos, e dois grupos de discussão com oito desses jovens vindos das regiões Norte, Nordeste, Sudeste e Sul (especificamente dos estados de Amazonas, Minas Gerais, Paraíba, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Roraima e Santa Catarina). Essas experiências mostraram um pouco de como os jovens entendem melhor a si mesmos e à alteridade também por meio do que comem (e do que deixam de comer). Como vêm de todas as partes do Brasil, os estudantes da Esem podem trazer para esse convívio diferentes visões e gostos relacionados à alimentação e acionar seus hábitos alimentares como um meio de comunicação de identidade, pertencimento e diferença.

Esse artigo apresenta uma intersecção entre duas pesquisas. A primeira é a realizada para a tese “A gente carrega a comida com a gente”: Consumo alimentar como processo comunicativo na convivência

intercultural do trabalho (Pellerano, 2018), cujo objetivo foi entender como o consumo alimentar material ou simbólico pode funcionar como um processo comunicativo no que se refere à identidade em uma situação de convivência intercultural, notadamente a vivida por pessoas de outros estados do Brasil que se mudam para a cidade de São Paulo (SP). A segunda é o projeto de pesquisa “Cosmopolitismos Juvenis no Brasil”, realizado pelo grupo de pesquisa homônimo, como parte do projeto internacional “Cultures Juveniles à l'ère de la globalization”, um estudo comparativo que busca descobrir se os jovens desenvolvem uma postura estética, no consumo de bens culturais globais ou locais, que possibilitaria a construção de um olhar reflexivo para o Outro

## I. Comida, comunicação e identidade

Rozin (1976) e Fischler (1995) nos lembram que o ser humano é onívoro, ou seja, pode retirar nutrientes de múltiplas substâncias minerais, vegetais e animais. No entanto, as pessoas não comem de tudo: ao longo do tempo, cada grupo social reduz o vasto campo de possibilidades alimentares a que tem acesso a reduzidas opções conhecidas e seguras. Por isso, a alimentação conecta natureza e cultura, pois a necessidade de comer não nos impede de selecionar, dentre os itens comestíveis, aqueles que serão socialmente aceitos (Contreras Hernández, Grácia-Arnaiz, 2005; Poulain, 2004).

A maneira com que cada grupo lida com a alimentação é então bastante particular, a ponto de ser capaz de refletir o funcionamento social deste. A forma com que cada pessoa aprendeu a lidar com a comida costuma ser encarada como o jeito aparentemente “certo” (Barbosa, 2007; Contreras Hernández, Grácia-Arnaiz, 2005). As escolhas relativas ao sistema alimentar tornam-se quase automáticas, dando a falsa impressão de que são instintivas. Para Laplantine (1991), a descoberta da alteridade permite que afastemos a ideia de que nosso grupo social representa a humanidade, e de que nossos comportamentos sejam inatos, e não adquiridos no contato cultural.

O contato com o outro mostra que cada jeito de comer é apenas uma das opções possíveis para solucionar o problema da nutrição: é diante da alteridade que entendemos que nosso jeito de comer é “um jeito”, e não “o

jeito”. O estranhamento causado pelo contato com essa diferença permite o reconhecimento de si e a construção da própria identidade, que Hall (1996, 2003) define como uma grande narrativa a respeito de si em contraste com o outro. O autor entende a identidade como o reconhecimento de si que surge com e através da diferença, principalmente quando se trata de uma situação de diáspora. Hall afirma que a globalização desconecta a identidade cultural do Estado-nação, desestabilizando esse sentido de identidade e criando a necessidade de outro (ou outros), que são cada vez mais fluidos.

Partindo dessa noção, a maneira com que cada um se relaciona com os elementos considerados importantes pelo grupo social do qual faz parte ajuda a mostrar quem essa pessoa é, e como ela se insere em tal grupo. O consumo alimentar é um desses elementos, e a forma como comemos ajuda a mostrar quem somos (e quem não somos). Esse processo, assim como todas as práticas sociais, é permeado pela comunicação, como explica Martino (2010, p. 57, grifo do autor):

*Na comunicação se desenvolvem noções principais de identidade – a definição comunicativa do indivíduo, do grupo e da nação acontece na possibilidade de se compartilhar um discurso, trama responsável por indicar quem é você e, por contraste e complemento, que não é você.*

Ao considerar a alimentação como esse forte elemento cultural e identitário (Barbosa, 2007; Collaço, 2009; Montanari, 2008; Pellerano, 2018) e a comunicação como um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre diferentes sujeitos (Baccega, 1995; Maia, França, 2003; França, 2002, 2009), é possível vislumbrar como o consumo alimentar pode funcionar como um expressivo processo comunicativo em uma situação de convivência intercultural. O jeito de comer e de se relacionar com a comida é capaz de comunicar facetas identitárias em um espectro que reúne gênero, faixa etária, etnia, lugar de origem ou moradia, classe social e religião, entre outros, sendo que vários desses podem ser acionados ao mesmo tempo.

Em ambientes em que diferentes culturas coexistem, como o analisado para esse artigo – uma escola-residência onde convivem jovens de todas as 27 unidades federativas do Brasil –, a impermanência da identidade se acentua, já que os sentidos construídos na cultura de origem vão se misturar a novas dinâmicas culturais, ou ainda criar novos significados, híbridos. Em meio a convívios interculturais como o analisado aqui, a identidade é percebida no contraste com o outro, e a comida tem um importante papel na comunicação dessa narrativa, bem como na manutenção de valores ou na adaptação à nova realidade, como discutimos em Pellerano (2018). Para que exista um “nós”, necessariamente existe um “eles”, aqueles que são, falam, agem e comem diferente. E a partir dessa noção é que definimos o que estamos ou não dispostos a negociar nessa convivência.

## 2. Convivência cultural

A Esem, escola onde a pesquisa foi realizada, foi fundada em 2008 pela Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Escola Sesc de Ensino Médio, s/d). O projeto prevê o ensino gratuito em sistema de internato para jovens de todo o Brasil: 450 estudantes vindos de todas as unidades federativas vivem e estudam no campus de 131 mil metros quadrados. Trata-se então de uma amostra que representa um ambiente controlado, e por isso deve ser entendida como um grupo de representantes de todos os estados brasileiros que passaram por um processo de seleção e que vivem em um ambiente específico, vivenciando interações dentro desse contexto. No entanto, enquanto campo, a Esem funciona quase como um laboratório onde é possível observar a interação presencial sociocultural entre estudantes de todo o Brasil, uma situação bastante difícil de ser reproduzida em outras circunstâncias. Essa maneira como a escola-residência funciona também impacta na convivência entre as culturas de diferentes regiões.

Um dos principais pilares do projeto da Esem é justamente a troca intercultural entre os estudantes. O projeto se caracteriza como “uma comunidade de alunos que representa a vasta diversidade cultural brasileira” (Escola Sesc de Ensino Médio, s/d, s/p), e oferece um ambiente privilegiado

para observar a convivência constate entre jovens de diferentes regiões do país:

*A oportunidade de viver a experiência da residência é uma das faces mais ricas do projeto da Escola Sesc de Ensino Médio. Viver como residente traz a possibilidade do profundo desenvolvimento da autonomia, estimula trocas entre alunos oriundos de todas as regiões do país, aproxima professores e alunos e permite a construção de valores de cidadania (Escola Sesc de Ensino Médio, s/d, s/p).*

Para Cogo (2006), as relações interculturais impactam a formação de processos identitários de sujeitos que vivenciam essa realidade em seus cotidianos, como no caso dos migrantes, que passam a ver suas identidades de forma múltipla e fluida, combinando aspectos da cultura dentro da qual nasceram e das demais com as quais vão conviver em seus destinos. A alimentação, como um elemento cultural presente no cotidiano, pode funcionar como importante ferramenta de reconhecimento, diferenciação e adaptação a essas novas realidades: Collaço (2009) mostra como a comida pode ser um elemento relevante no desenvolvimento de estratégias de conservação e adaptação dos migrantes na chegada a um novo local. Assim, é possível acreditar que os estudantes da Esem, que estão vivenciando uma experiência de mobilidade – nesse caso acadêmica – também se relacionam por meio da comida dentro de um ambiente novo e intercultural, e podem fazer uso do consumo alimentar, seja ele físico ou simbólico, como um processo comunicativo com diferentes objetivos.

Esse quadro se apresenta ainda mais forte na situação analisada porque a sociabilidade dos jovens estudantes passa também pela comensalidade, entendida como comer em companhia de uma ou mais pessoas (Fischler, 2011; Gimenes-Minasse, 2017; Poulain, 2004): na Esem, todos se alimentam na escola, em um refeitório que oferece seis refeições diárias gratuitas (café da manhã, almoço, dois lanches, jantar e ceia) e em uma lanchonete onde podem adquirir alguns produtos alimentícios<sup>1</sup>. Como não é permitido levar alimentos para os quartos, a maior parte das refeições é feita

em grupo, e os estudantes aprendem a conviver também por meio do ato de compartilhar comida, ou consumi-la juntos em um mesmo espaço.

Como vêm de todas as partes do Brasil, os estudantes da Esem trazem para o convívio com os colegas maneiras diferentes de comer e de se relacionar com a comida. Um exemplo muito simples dessas potenciais diferenças, citado aqui a título de ilustração, é o uso do coentro como tempero, prática extremamente popular na metade norte do país e ignorada ou rejeitada na metade sul. Inúmeras outras diferenças culturais relacionadas à alimentação aparecem em situações de convivência entre sujeitos e grupos sociais com origens diversas.

Em um ambiente intercultural, acreditamos que os sujeitos se relacionem também por meio da comida, como defendido em Pellerano (2018). Esses podem fazer uso do consumo alimentar, seja ele material ou simbólico, como um meio de comunicação. Além de reafirmar identidade, pertencimento e diferença, os sujeitos podem acionar suas práticas alimentares como um capital distintivo, adquirir uma competência intercultural alimentar que pode ser utilizada como estratégia de adaptação à nova realidade, e até mesmo considerar o apagamento de certas diferenças culturais na criação de um estilo de vida compartilhado. Esses cenários podem ser observados entre os estudantes da Esem, como mostraremos a seguir.

---

<sup>1</sup> Os jovens também participam de excursões semanais pela cidade do Rio de Janeiro, incluindo visitas a museus, praias e shopping centers, onde podem comprar e consumir outros produtos alimentícios.

### 3. Comendo na Esem

As 18 refeições observadas durante o período da pesquisa ajudaram a entender como funciona a rotina alimentar dos estudantes da Esem. A escola traz regras específicas que ajudam a moldar novos hábitos, diferentes daqueles que os jovens trazem de suas regiões de origem, como horários fixos para a realização de cada refeição, e o buffet restrito, focado em opções saudáveis, incluindo sempre uma vegetariana, além de frutas ou gelatina, também feitas com suco de frutas, para a sobremesa. Mas o refeitório oferece também pratos regionais e, uma vez por semana, sempre às sextas-feiras, o cardápio é mais permissivo, incluindo receitas como lasanha ou pizza, além de refrigerante e a causa das maiores filas observadas na hora de se servir: sobremesas um pouco mais açucaradas, como pudim.

A comensalidade também é impactada pelas regras escolares: o refeitório integra estudantes e professores, e a escola incentiva um rodízio na composição das mesas compartilhadas. Uma vez por semana, o estudante almoça com meia dúzia de colegas de todas as séries e um professor, que funciona como um conselheiro para o grupo. Então, a convivência com diferentes facetas da cultura brasileira é também reforçada na refeição compartilhada, momento em que as diferenças saltam aos olhos.

#### 3.1. Questionando estereótipos

A partir dos dois grupos de discussão realizados, entendemos como o contato com a alteridade por meio da comensalidade ajuda a desfazer estereótipos, certas classificações culturais aprendidas em cada cultura na tentativa de facilitar a percepção da realidade por meio da transformação do comum em universal, evitando a exaustiva tarefa que seria tentar entender tudo o tempo todo (Baccega, 1998; Bosi, 2003; Lippmann, 1972). Um dos

jovens explica: “De certa forma tem alguns estereótipos que a gente cria. Todo mundo tinha uma imagem antes de vir pra cá, das comidas típicas e das coisas assim que a gente pensa ‘ah, não, pessoa de tal lugar só come isso’. E a gente vê que não é bem assim”.

De acordo com Baccega (1998, p. 8), o estereótipo causa “simplificações excessivas da complexidade dos fatos e acontecimentos sociais”, como relata outro jovem:

*Uma coisa engraçada é assim, pelo menos eu, quando eu pensava no Sul, era gente no frio tomando chimarrão. Aí tipo, pessoal do Norte sempre comendo peixe, sempre, sempre. Eu não conseguia imaginar o que o pessoal do Centro-Oeste e do Sudeste comia. É tipo assim, eles devem comer tudo junto, entendeu? É tipo, toma um chimarrão e aí come um peixe.*

Essa imagem construída a respeito da alimentação em outras regiões do Brasil é contestada no convívio intercultural, que ao mesmo tempo reforça um novo entendimento de si e de suas próprias práticas alimentares, como discutimos em Pellerano (2018).

#### 3.2. Disputas pela hegemonia cultural

Como marca identitária, a comida pode então ser acionada para comunicar pertencimento e diferença, sendo essa última especialmente comum em situações de disputa simbólica pela hegemonia, a maneira como um grupo dominante mantém sua autoridade social (Williams, 2000, 2001). Como a Esem fica no Rio de Janeiro, a região Sudeste acaba sendo vista pelos estudantes como a detentora da hegemonia cultural, por mais que a escola-residência invista em valorizar as diferentes práticas culturais brasileiras. Isso

pode ser percebido em um exemplo simples: muitos jovens questionam o tempero da comida da escola, em quantidade e qualidade, principalmente nos preparos regionais, o que mostra que estão sujeitos a uma preferência específica, hegemônica, de perfil de sabor.

As diferenças na alimentação impactam a maneira como as pessoas formam e comunicam sua identidade regional e cultural (Dória, 2014), e mesmo que muito da comunicação identitária alimentar aconteça de maneira não verbal, há também diferenças linguísticas importantes presentes nesse cenário. Isso apresenta-se quando os jovens comentam sobre alguns dos pratos regionais servidos no refeitório, como o que os cariocas (assim como as pessoas do Espírito Santo e da Bahia) chamam de cuscuz, uma sobremesa à base de farinha de tapioca hidratada no leite de coco. Além da preparação poder ser chamada de bolo ou pudim de tapioca em outras partes do Sudeste e do Nordeste, e de bolo podre na região Norte, os jovens lembram que a palavra cuscuz pode ainda descrever um prato elaborado com flocos ou farinha grossa de milho e água, principalmente na região Nordeste, ou ainda outra receita com essa mesma base, mas incrementada com peixe e outros ingredientes, que é a versão batizada de cuscuz paulista. Não é difícil imaginar como as diferentes “traduções” do cuscuz podem criar confusão.

Os jovens compartilham uma mesma cultura alimentar (Contreras Hernández, Grácia-Arnaiz, 2005; Poulain, 2004), a brasileira, ainda que marcada por adaptações regionais que abarcam retóricas da gramática culinária (Montanari, 2008) a fim de adequar certas necessidades específicas. Por isso, a maneira de nomear um ingrediente ou prato marca diferenças na linguagem alimentar que podem ser hierarquizadas em meio a uma disputa simbólica (Bourdieu, 1983, 2007; Silva, 2000), contribuindo para criar expectativas e divergências que se articulam também em um mecanismo de inclusão e exclusão.

### 3.3. Distinção

O processo de construção e reconhecimento da própria identidade a partir do contato com a alteridade implica também em encaixar-se, e a esse outro, bem como as práticas alimentares de ambos, em diferentes sistemas de classificação social, como o trazido de casa e o do local onde o encontro acontece. Essa distinção (Bourdieu, 1983, 2007) apresenta-se também quando os jovens acionam conhecimentos e práticas para situar-se em posição privilegiada em relação aos colegas, como na valorização do “jeito certo” de comer determinados alimentos e de suas referências regionais diante da exposição a produtos e marcas que não conheciam ou aos quais não tinham acesso.

Uma das jovens exemplifica a situação ao falar do açaí, fruto que no Norte e no Nordeste do país é menos processado e servido puro ou com peixes, frutos do mar e farinha de mandioca, enquanto no Sudeste (e em outros lugares, por influência da região) é adoçado, misturado com xarope de guaraná e servido com banana, granola e outros acompanhamentos adocicados. Na região Norte, de onde vem, a estudante afirma que “quando você quer comer açaí bom de verdade, você vai no pé, sacode, vai cair um monte, aí você vai lá numa tigela, bate ele, come ele com camarão, com carne de sol”, o que causa vontade no colega: “Eu queria muito experimentar açaí assim puro”.

Os estudantes também classificam outros alimentos e bebidas e suas marcas de acordo com um valor simbólico distintivo. Um deles, nascido no estado de Minas Gerais, comenta sobre o café em cápsulas da marca Nespresso, apreciado pelos colegas: “Eu vi uma reportagem dois anos atrás no [programa de televisão] Fantástico falando que o melhor café do mundo era produzido em Minas Gerais, então qual a necessidade de eu pagar mais caro por uma marca sabendo que eu tenho produto de mais qualidade que é mais barato?”. Outro jovem critica a preferência de colegas por sanduíches de uma rede de *fast food*: “McDonald’s é o reflexo do estilo americano pro brasileiro, né? Então [...] as pessoas fazem às vezes nem tanto por prazer, às vezes fazem por status. Tipo comprar aquele hambúrguer de R\$ 30 pra mostrar que eu posso”. Esses itens alimentícios podem então ser adotados ou rejeitados na

formação de um capital distintivo que faz sentido na nova realidade dos estudantes.

### 3.4. Estratégias de adaptação

Como já discutimos aqui, a identidade é construída e compreendida dentro de um processo complexo e contínuo que se intensifica a partir do contato com a diferença, como acontece na convivência intercultural dos estudantes da Esem. Costumamos alimentar a ilusão de que “somos quem somos” de maneira objetiva e permanente, mas nossa identidade é algo relacional, dinâmico e fluido (Hall, 1996, 2003; Martino, 2010; Silva, 2000), que realiza trocas constantes com as pessoas, os locais e as circunstâncias que encontramos ao longo da vida.

Em sua nova realidade na escola-residência, os jovens se valem de certas estratégias para garantir uma adequação de sua rotina e visão de mundo. A opção do refeitório escolar por priorizar uma alimentação balanceada, por exemplo, força os jovens a reavaliar suas preferências alimentares, tanto na adoção de uma dieta que muitos afirmam ser mais saudável que a praticada em casa, quanto na intensificação do desejo por acespipes pouco disponíveis, como chocolate, *brownie* e sorvete (que mesmo aqueles que não costumavam consumir em casa passam a apreciar em função de sua escassez).

Uma das jovens explica a relação com os doces: “É que aqui na escola a gente não ganha chocolate, né, então quando aparece é como se fosse o balde no final do arco-íris”. Nas sextas-feiras, quando o refeitório serve guloseimas (ainda que em versão com quantidade reduzida de açúcar), é comum ver os jovens apressando a refeição para ingressar na fila da sobremesa muito antes do serviço desse prato começar, a fim de garantir seu bocado.

Além de criar hábitos compartilhados, a necessidade de se adequar à convivência com a alteridade pode abrir as portas para uma visão reflexiva do outro, principalmente no que diz respeito à sua cultura, incluindo a alimentação. Um dos jovens revela que “aqui no colégio, pela variedade de pessoas que tem, de todos os estados, a gente expandiu culturalmente, sabe?”, e um colega compartilha dessa percepção: “A partir do ano passado eu amadureci muito e [foi] um aprimoramento cultural não só no Brasil, mas como de cada estado. Isso tá muito presente não só em mim mas em todo mundo”, diz. Os estudantes da Esem passam a exibir um certo onivorismo cultural, a capacidade de valorização das mais diferentes referências culturais, e não apenas daquelas consideradas eruditas, o que abre portas para a diversidade e amplitude de preferências (Pellerano, Riegel, 2017; Peterson, 1992; Peterson, Kern, 1996).

### 3.5. Consumo para comunicar identidade

O convívio e as conversas com os estudantes da Esem mostram que a alimentação é frequentemente acionada para comunicar quem são e quem não são diante dos colegas de sotaques e hábitos tão diferentes. O que comem e o que rejeitam representam não apenas suas origens, mas o grau de adaptação à nova realidade, que pode ser notado na comparação dos estudantes recém-chegados e daqueles que estão em séries mais avançadas. Há mudanças e permanências que convivem na criação de novas identidades construídas na diáspora.

Esses jovens conciliam um grau de onivorismo cultural com a conservação da identidade cultural, combinando uma certa abertura com a recusa a abandonar determinados hábitos da terra de origem, como discutido nos itens anteriores. Com essas atitudes, conseguem se sentir mais confortáveis para experimentar novas maneiras de comer e de se relacionar com a comida, porque sentem que não estão abrindo mão de elementos identitários essenciais.

Um dos estudantes nascido no Amazonas exemplifica essa relação ao afirmar que “Eu continuo sendo aquele cara que come peixe com farinha”. Algumas diferenças culturais, então, continuam sendo reforçadas, até por meio de brincadeiras: jovens das regiões Norte e Nordeste dizem que boa parte dos colegas do restante do país insiste em não comer frutos do mar, e um deles afirma enviar fotos dos que está comendo para a colega do Sul durante as férias: “Quanto mais esquisito, melhor”, diverte-se.

Dividir a mesa com o outro ajuda a entender quem são a partir do contato com quem não são, e a identificar também aquilo que têm em comum. A partir dessa convivência, os jovens entrevistados sentem-se confortáveis em afirmar que um jeito de comer do brasileiro no geral é representado pelo arroz com feijão, além do brigadeiro, doce de leite condensado e chocolate que apesar de ter algumas diferenças linguísticas no nome (“É negrinho da onde eu venho”, conta uma jovem do Rio Grande do Sul), é entendido como um gosto compartilhado por todos: “Brigadeiro é universal”, garante uma estudante.

## Considerações finais

Como elemento de formação e afirmação da identidade, a comida é capaz de promover o reconhecimento dos pares, indicar pertencimento ou distinção e permitir a adaptação, em vários graus, à uma nova realidade cultural. Essa prática supostamente instintiva fala então sobre o grupo social que a manifesta, e a identidade, reforçada na diáspora, flerta com novos limites a cada bocado consumido ou rejeitado. A partir do contato intenso e frequente com a alteridade, o consumo alimentar é frequentemente acionado pelos estudantes da Esem enquanto manifestação de sua cultura.

Como vêm de todas as partes do Brasil, esses jovens podem trazer para o convívio com os colegas diferentes visões e gostos relacionados à

alimentação. Das diferenças – por exemplo a nomenclatura de pratos como o cuscuz, que dependendo da região pode ser uma preparação salgada à base de milho, ou doce, com tapioca e coco – às semelhanças – os jovens reconhecem arroz, feijão e brigadeiro como comidas presentes no Brasil todo –, passando pelos estereótipos que são desconstruídos no encontro com a alteridade, inúmeras manifestações culturais relacionadas à alimentação aparecem em situações de convivência entre sujeitos e grupos sociais com origens diversas, ajudando no entendimento e na formação da identidade.

As relações com outras culturas promovem múltiplas maneiras de se entender a identidade, que pode ganhar fluidez ao incluir novas referências apreendidas com esse contato. Nessa realidade, a alimentação pode ser acionada como um meio de comunicação para reforçar pertencimento, diferença e a disposição para a adaptação à convivência intercultural. Assim, é possível perceber que os estudantes da Esem também se relacionam de maneiras específicas com e a partir da comida, acionando o consumo alimentar, de maneira material ou simbólica, como um processo comunicativo bastante eloquente.

## Referências

- BACCEGA, M.A. (1995). O campo da comunicação. In: CORRÊA, T.G. Comunicação para o mercado (pp. 51-62). São Paulo: Edicon.
- \_\_\_\_\_. (1998). O estereótipo e as diversidades. In: Comunicação & Educação, 13, São Paulo, set./dez., pp. 7-14. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36820/39542>.
- BARBOSA, L. (2007). Feijão com arroz e arroz com feijão: O Brasil no prato dos brasileiros. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul./dez., pp. 87-116. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a05v1328.pdf>.



BOSI, E. (2003). Entre a opinião e o estereótipo. In: \_\_\_\_\_. O tempo vivo da memória: Ensaios de Psicologia Social (pp. 113-126). São Paulo: Ateliê Editorial.

BOURDIEU, P. (2007). A distinção: Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk.

\_\_\_\_\_. (1983). Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R (org.). Sociologia (pp. 82-121). São Paulo: Ática.

COGO, D. (2006). Mídia, migrações e interculturalidade: Cenários e itinerários conceituais de uma pesquisa. In: \_\_\_\_\_. Mídia, interculturalidade e migrações contemporâneas (pp. 11-35). Rio de Janeiro: E-Papers/Brasília: CSEM.

COLLACO, J.H.L. (2009). Saberes e memória: cozinha italiana e construção identitária em São Paulo. (Tese de Doutorado em Antropologia Social). Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de São Paulo.

CONTRERAS HERNÁNDEZ, J.; GRÁCIA-ARNAIZ, M. (2005). Alimentación y cultura: Perspectivas antropológicas. Barcelona: Ariel.

DÓRIA, C.A. (2014). A emergência dos sabores regionais. In: \_\_\_\_\_. Formação da culinária brasileira: Ensaios sobre a cozinha inzoneira (pp. 138-167). São Paulo: Três Estrelas.

ESCOLA SESC DE ENSINO MÉDIO (s/d). Quem somos. Disponível em <http://www.escolasesc.com.br/sobre-a-escola/quem-somos/>.

FISCHLER, C. (2011). Commensality, society and culture. In: Social Science Information, v. 50, p. 528-548, ago. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0539018411413963?journalCode=ssic>.

\_\_\_\_\_. (1995). El (h)ominívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama.

FRANÇA, V.R.V. (2002). Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, L.G.; WEBER, M.H.; \_\_\_\_\_.; PAIVA, R. (orgs). Estratégias e culturas da comunicação (pp. 13-29). Brasília: Ed. da UnB.

\_\_\_\_\_. (2009). Práticas e consumo cultural: A comunicação como cruzamento de experiências. In: CASTRO, G.G.S.; BACCEGA, M.A. (orgs.). Comunicação e consumo nas culturas locais e global (pp. 318-337). São Paulo: ESPM. Disponível em: [http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/\\_ebook\\_cults\\_loc\\_glob\\_o.pdf](http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/_ebook_cults_loc_glob_o.pdf).

GIMENES-MINASSE, M.H.S.G. (2017). Novas configurações do comer junto – reflexões sobre a comensalidade contemporânea na cidade de São Paulo (Brasil). In: Estudos Sociedade e Agricultura, v. 25, n. 2, p. 251-275, jun.-set. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/902>.

HALL, S. (2003). Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. da UFMG.

\_\_\_\_\_. (1996). Introduction: Who needs 'identity'?. In: \_\_\_\_\_.; DU GAY, P. (eds.). Questions of cultural identity (pp. 1-17). Londres/Thousand Oaks/Nova Deli: Sage Publications.

LAPLANTINE, F. (1991). Aprender Antropologia. São Paulo: Brasiliense.

LIPPMANN, W. (1972). Estereótipos. In: STEINBERG, C.S. (org.). Meios de comunicação de massa (pp. 149-159). São Paulo: Cultrix.

MAIA, R.C.M. e FRANÇA, VV. (2003). A comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In: LOPES, M.I.V. (org.). Epistemologia da comunicação (pp. 187-203). São Paulo: Loyola.

MARTINO, L.M.S. (2010). *Comunicação & identidade: Quem você pensa que é?* São Paulo: Paulus.

MONTANARI, M. (2008). *Comida como cultura*. São Paulo: Senac São Paulo.

PELLERANO, J.A. (2018). “A gente carrega a comida com a gente”: Consumo alimentar como processo comunicativo na convivência intercultural do trabalho. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo.

\_\_\_\_\_; RIEGEL, V. (2017). Food and cultural omnivorism: a reflexive discussion on otherness, interculturality and cosmopolitanism. In: *International Review of Social Research*, v. 1, n. 7, nov., pp. 13-21. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/irsr-2017-0003>.

PETERSON, R.A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. In: *Poetics*, v. 21, n. 4, ago., pp. 243-258. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0304-422X\(92\)90008-Q](https://doi.org/10.1016/0304-422X(92)90008-Q).

\_\_\_\_\_; KERN, M.R. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. In: *American Sociological Review*, v. 61, n. 5, out., p. 900-907. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2096460>.

POULAIN, J-P. (2004). *Sociologias da alimentação: Os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Editora da UFSC.

ROZIN, P. (1976). The selection of food by rats, humans and other animals. In ROSEBLATT, J., HINDE, R.A., BEER, C.; SHAW, E. (eds.). *Advances in the study of behavior*. Vol 6 (pp. 21-76). Nova York: Academic Press.

SILVA, T.T. (2000). A produção social da identidade e da diferença. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais* (pp. 73-102.). Petrópolis: Vozes.

WILLIAMS, R. (2001). *Cultura y sociedade. 1780-1950. De Coleridge a Orwell*. Buenos Aires: Nueva Visión.

\_\_\_\_\_. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península, 2000.