



## **Territórios e identidades: uma análise exploratória da comida como objeto de pesquisa para investigação de pertencimentos,<sup>1</sup>**

João Renato de Souza Coelho BENAZZI<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Esse ensaio é a primeira incursão em um processo de pesquisa mais amplo que pretende trabalhar as relações entre identidade, territórios e consumo de comida Italiana como forma de investigação sobre o papel da mídia étnica no processo de desenvolvimento de afetos de pertença, na cidade do Rio de Janeiro. De cunho exploratório, o objetivo, neste texto, foi argumentar sobre as possibilidades de se analisar a questão do pertencimento a grupos e, portanto, de configurações identitárias, a partir da questão do espaço e suas traduções para a comida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Território; Identidade; Consumo; Comida;

### **1 Introdução**

Identidade é um conceito em crise, objeto de vasto e intenso debate especialmente na área dos chamados de estudos culturais. Tal produção denota a própria crise na medida em que o debate se intensifica quanto mais se problematiza uma questão. Neste aspecto parece interessante salientar que grande parte do estranhamento que a questão identitária passou a provocar – e a ser crise - teve parte da origem no trabalho de intelectuais que, atuando na Europa, possuíam vínculos culturais importantes com ex-colônias (na América, África e Ásia). Esses intelectuais eram de origem geográfica, étnica, econômica e social de difícil caracterização por que fruto de casamentos inter-raciais e por que haviam vivido partes importantes de suas vidas tanto na Europa como em seu país de nascença. Tais migrações humanas são apontadas por Appadurai (1996) juntamente com as comunicações massificadas, destacadamente as eletrônicas, como as duas características-chave da contemporaneidade. Para vários de tais autores (como por exemplo Hall, Gilroy e Bhabha) o debate identitário, do processo de pertença a um grupo, possui aspectos de narrativa pessoal e é fortemente mediado pelos chamados dispositivos midiáticos. Por exemplo, Hall (2003) diferencia a questão da identidade de seu processo de formação e atualização. Preconiza que o sujeito não deve ser visto como exclusivamente racional nem sua identidade ser entendida como unificada, fixa e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ, email: [jbenazzi@gmail.com](mailto:jbenazzi@gmail.com)



estável, determinada a partir do país de nascimento ou pela origem biológica do indivíduo.

A questão da identidade e suas mútuas interações nos processos de comunicação e de consumo contemporâneos tem sido um ponto relevante das preocupações de autores das áreas da comunicação, sociologia e consumo nas últimas décadas (FEATHERSTONE 1997; ENNE, 2006, dentre outros). Assim, este ensaio se insere como parte de um projeto mais amplo, que propõe o desenvolvimento de pesquisa que busca examinar a forma como se constrói a representação, na mídia direcionada para a comunidade ítalo-brasileira, da identidade de tal comunidade ou grupo a partir da análise do papel das festividades e do consumo de comida em tal processo e comparar esta representação com as percepções que emergem dos indivíduos da comunidade ítalo-brasileira. Mais especificamente neste ensaio se pretende iniciar a abordagem das relações entre a questão identitária – de modo ainda bastante amplo – e a dimensão do espaço na promoção do convívio e seu compartilhamento em grupos de pertença marcados por identidades hifenizadas .

## **2 Da base conceitual do pertencimento e da identidade e seu contexto contemporâneo**

Cabe, portanto e ainda que introdutoriamente, problematizar o que vem a ser identidade. Castells (1999) salienta a diferença entre os conceitos de identidade e papel. A identidade é processo de construção de significado fundamentado em um ou mais atributos culturais inter-relacionados que prevalece sobre outras fontes de significado. É também processo que contém força suficiente para delimitar as subjetividades relevantes e auto-avaliações significativas, que não estão sujeitas a variações rápidas no curso do tempo. Sua fonte são os processos de autoconstrução e individuação através da internalização de significados. Calcadas, portanto nas percepções sobre si mesmo. Os papéis que o homem comum desempenha (por exemplo, se marido ou solteiro, se alfaiate ou jogador de futebol, se católico ou agnóstico...) são fruto social de normas e condutas individuais no contexto das instituições e organizações. Sua origem, portanto, é contextual e referencializada e tem função muito mais precária como influenciador de comportamentos na medida em que tal influência está sujeita às negociações entre o indivíduo e as estruturas sociais de onde brotam. Assim, a perspectiva que se pretende adotar nesse percurso de reflexão enfatiza a atualização constante e sempre em



andamento do processo de identificação, em contraposição a uma perspectiva fixa do conceito de identidade.

No contexto sócio-cultural contemporâneo, selecionou-se a perspectiva de analisar aspectos de inter-subjetividade dos processos de comunicação frente a características dos indivíduos e da forma como estes constroem as imagens e percepções sobre si mesmos. Beck (1997, p. 12) apresenta a modernização reflexiva como "a possibilidade de uma (auto) destruição criativa para toda uma era: aquela da sociedade industrial. O 'sujeito' dessa destruição criativa não é a revolução, não é a crise, mas a vitória da modernização ocidental." Seu caráter reflexivo decorre do fato de que o próprio processo bem sucedido de construção e comercialização de sua produção levar a mudanças sobre as próprias bases sobre as quais se firmou para alcançar seus objetivos. Assim o processo se apresenta como não apenas como de mudanças ou mesmo de mudanças constantes, mas de mudanças que estão sempre 'queimando as caravelas', alterando as condições prévias sobre as quais foram viabilizadas. O termo reflexivo remete, portanto, ao 'efeito bumerangue' da mudança. São mudanças não planejadas, que se apresentam como ruídos ou efeitos indesejados nos processos objetivados da sociedade e de seus agentes em particular (BAUMAN, 2000).

Para tratar da questão da identidade e do pertencimento, Beck (1997) introduz o conceito de individualização que quer dizer "primeiro, a desincorporação, e, segundo, a reincorporação dos modos de vida da sociedade industrial por outros novos, em que os indivíduos devem produzir, representar e acomodar suas próprias biografias" (BECK, 1997, p. 24). Esse processo se apresenta, por exemplo, quando os indivíduos têm de decidir sobre aspectos de suas vidas – se e quando me caso, mudo de cidade ou de emprego. Tais decisões, antes submetidas a normas obrigatórias e "incorporadas" (GIDDENS, 2002) agora são dependentes da decisão individual. Esse mesmo indivíduo é considerado "ator, planejador, prestidigitador, e diretor de cena de sua própria biografia, identidade, redes sociais, compromissos e convicções." (BECK, 1997, p. 25). Tal capacidade e poder de escolha tornam as simples escolhas cotidianas da vida uma decisão reflexiva (GIDDENS, 2002 e HALL, 2003). A biografia de cada um é um projeto não-padronizado, fruto das escolhas e preferências individuais. Na medida em que tais decisões passam a ser compulsórias elas adquirem o sentido de perigo pessoal – na sociedade de risco – e obrigam as pessoas a conviver com a perspectiva do erro e fracasso auto-infligido. A manutenção de narrativas de vida coerentes e continuamente revisadas se produz em ambiente de variedade de escolhas possíveis, influenciado pelo



que Giddens (2002) chama de sistemas abstratos (distantes da experiência individual) e confere o caráter reflexivo do eu. Nesse contexto, a noção de “estilo de vida” toma um papel destacado: se a tradição perde força na determinação das percepções sobre si mesmo, o resultado do confronto entre as tendências pasteurizadoras do global e as amarras diferenciadoras do local encontra vazão nas seguidas escolhas que são realizadas no modo de condução de nossas vidas. Essa condição, aliada à acelerada produção de formas inovadoras de autoridade, torna a escolha do estilo de vida decisão de importância tanto na produção dos modos cotidianos de vida como na construção simbólica que fazemos de nossas existências e nas percepções que moldamos sobre nós mesmos.

A partir da apresentação do contexto social mais amplo empreendida, passa-se à análise das relações entre o contexto social e as percepções de identidade que ali se constroem.

### **3 A reflexividade e o estilo de vida na produção das auto-identidades**

Tal como já exposto, adota-se a perspectiva de Castells (1999) para o conceito de identidade já que, por seu caráter de autodefinição, organiza significados enquanto papéis organizam apenas funções que o indivíduo negocia com as instituições e estruturas sociais.

Discutindo tanto as questões de poder como os mecanismos de aceitação e exclusão que a construção de processos identitários ensejam, Castells (1999) propõe ainda três origens e formas de identidades: a legitimadora, a de resistência e, uma forma rara – e quase sempre inviável - a de projeto. A primeira é uma identidade padronizadora e não diferenciada que nasce nas instituições e grupos dominantes para afirmar, manter e expandir sua influência. A de resistência é criada por grupos à margem, desvalorizados e estigmatizados como forma de sobrevivência e oposição em contexto que, na visão de seus membros, lhes é injusto e excludente. É tida por Castells (1999) como o tipo mais importante de formação identitária dentre outras razões por serem os focos de contestação e mudança no todo social posto que agem para reverter julgamentos ao mesmo tempo em que significam reforço ao processo de resistência em si. O tipo de identidade de projeto pretenderia produzir sujeitos, na medida em que o projeto – o vir a ser – que embute traz consigo o movimento de mudança social profunda e ampla como desenrolar do projeto identitário em si.



Na contemporaneidade, as formas pelas quais os indivíduos constroem as percepções sobre si mesmos e sobre os diferentes grupos com que se relacionam vem sofrendo alterações marcantes e profundas. Velho (2003), por exemplo, fala da coexistência de um elenco de reações e comportamentos possíveis (um campo de possibilidades) quando os indivíduos lidam com a ambigüidade que marca as diferentes configurações de valores e estilos de vida modernos. Mais especificamente ele se atém às discontinuidades e à fragmentação que brotam quando, a uma ordem determinada por unidades ‘encopassadas’ da vida social fundamentada na tradição (família, linhagem, nação, igreja e partido) se combinam as novas formas da sociedade moderna.

Para Woodward (2000) o indivíduo assume identidades – posições de sujeito – variadas e diferentes em resposta a contextos culturais e situacionais distintos. Tais posições de sujeito estão intimamente relacionadas aos papéis sociais que cada situação solicita ao sujeito. Desta forma a identidade é vista como fragmentada, já que não há um único aspecto de sua expressão cultural que determine os demais.

A manutenção de narrativas de vida coerentes e continuamente revisadas se produz em ambiente de variedade de escolhas possíveis, influenciado pelo que Giddens (2002) chama de sistemas abstratos (distantes da experiência individual) e confere o caráter reflexivo do eu. Nesse contexto, a noção de “estilo de vida” toma um papel destacado: se a tradição perde força na determinação das percepções sobre si mesmo, o resultado do confronto entre as tendências pasteurizadoras do global e as amarras diferenciadoras do local encontra vazão nas seguidas escolhas que são realizadas no modo de condução de nossas vidas. Essa condição, aliada à acelerada produção de formas inovadoras de autoridade, torna a escolha do estilo de vida decisão de importância tanto na produção dos modos cotidianos de vida como na construção simbólica que fazemos de nossas existências e nas percepções que moldamos sobre nós mesmos (FEATHERSTONE, 1997).

Martín-Barbero (2003) alerta, comentando sobre papel das redes e da fragmentação no processo de comunicação, para os sentidos do local em oposição ao global. Por um lado o local se mostra fragmentado pelo efeito do deslocamento que o global acarreta mas, por outro lado, se apresenta como revalorização do localismo que complementa e resiste à globalização, num movimento de auto-revalorização focado na gestão autônoma e na manutenção de memória, meios em si de produzir relatos e identidade próprias. Identidades de resistência que se criam e se reconfiguram no jogo entre global/legitimado e local/resistente. Se, de um lado, tomamos contato com a cultura da



´modernidade-mundo´ e seus valores e estilo desterritorializados, por outro é forçoso reconhecer que o processo global é também potencializador da diferença posto que opera exposição constante entre culturas. Esse processo de reconhecimento opera também o respeito cotidiano a tais diferenças de modo que a atitude demonstrada frente a identidades e estilos de vida próprios – e diversos dos de um determinado observador – é positiva. É um processo oposto à visão outrora tradicional de ter outras culturas e identidades como afronta ou ameaça à 'pureza' cultural tradicional. Possivelmente, tal processo não apenas estimula o aparecimento como conduz a uma maior permeabilidade à manutenção de identidades de resistência.

Cabe destacar a questão apontada por Martín-Barbero (2003) sobre o debate nos estudos no campo da comunicação e que se aplica também a pesquisa aqui pretendida com foco no processo de identificação: a certeza de perder a comunicação e a cultura enquanto objetos de pesquisa permite, em contrapartida, a possibilidade de ganhá-las enquanto problemática a ser investigada, enquanto processo e relação de mediação a ser explorados. Essa perspectiva permitirá que, efetivamente, se possa expandir a amplitude da análise realizada.

Na seqüência, analisam-se as relações entre processos de comunicação e identidade, para ampliar a análise para debater a contribuição que processos de consumo podem trazer para este ensaio.

#### **4 Consumo, identidade e lugar como ancoradouros e expressões identitárias**

Na lógica da identidade, a arena do mercado e do consumo podem ser de utilidade para aprofundar a compreensão do processo de identificação em suas especificidades. Segundo Giddens (2002, p.79), é importante compreender que “estilo de vida” significa muito mais do que simplesmente consumismo superficial: o estilo de vida pode ser definido como sendo as práticas que o indivíduo incorpora em sua vida que não preenchem apenas necessidades utilitárias, mas “dão forma material a uma narrativa particular de auto-identidade”. Tais práticas se transformam em rotina na medida em que são absorvidas na maneira de vestir, de comer, de beber, nos lugares que alguém seleciona para encontrar os amigos. Esse conjunto de práticas é a expressão das decisões não só em termos de escolhas superficiais, mas informa sobre quem se é.

A lógica central do consumo contemporâneo e seus impacto na vida cotidiana encontram eco numa ética distinta da que governa a lógica da produção e da emissão. O



espírito romântico, entendido como a antecipação do prazer sem o gozo, da fantasia e da imaginação presidem o processo de consumo (CAMPBELL, 2001). Na medida em que o consumidor se configura como uma categoria de identidade importante na contemporaneidade, é relevante analisar suas características no ambiente de reencantamento do consumo, ou seja: da reversão da lógica entre consumo e produção em que o mercado e, mais especificamente, os consumidores são os reais condutores tanto do processo de produção como na dinâmica da comunicação e da própria produção de sentido na propaganda, por exemplo. São os consumidores que comandam, num mecanismo de retro alimentação negativo a lógica do consumo e, por conseqüência, a produção e não o inverso como ocorria na modernidade (BROWN, 2005). As regras são substituídas por escolhas e a ambigüidade toma o posto das uniformidades de acordo e sob as ordens do cliente, numa radicalização dos processos de segmentação em fragmentação.

Na sociedade de consumo (BARBOSA, 2004) o consumo é processo cultural (MCCRACKEN, 2003) e simbólico e os bens consumidos podem ser encarados tanto como veículos de conteúdos simbólicos para seus possuidores (BOURDIEU, 2007) como derivados de processos de mediação na vida cotidiana (APPADURAI, 2008). Levando em consideração que a comunicação é a base para a existência da cultura contemporânea, pois é através e por ela que os significados e os sentidos são dados às coisas, pode-se revelar elementos constitutivos da identidade do cidadão a partir da representação que se faz dele e das percepções que ele nutre por si mesmo. A comunicação tem a função ainda de difundir e assegurar as informações que irão se materializar no espaço e assim ser índice de compreensão sobre a dinâmica das sociabilidades contemporâneas. Tal visão apóia-se na perspectiva dos indivíduos, em oposição a uma ótica instrumental. A arena da construção de significado é a que incorpora – e não a que pretende excluir e eliminar – as imagens subjetivas sobre si e grupos de pertença que os atores constroem em resistência identitária.

Esse capítulo debateu o conceito de reflexividade e o papel do risco na visão de Beck (1997) para caracterizar o processo de mudança social contemporâneo, pano de fundo e origem das alterações dos mecanismos de construção das imagens de si mesmo. A seguir, abordou o conceito de individualização com ênfase no sujeito destradicionalizado, fragmentado e impelido a decidir ininterruptamente sua biografia e curso de vida. A terceira e última seção apontou o consumo como relevante para aprofundar estudos sobre a problemática em análise.



Já Mama (2010) em debate sobre as relações entre ética e identidade, afirma que construímos e damos sentido a nossas vidas por meio de identificações com diversas identidades coletivas – homem e mulher, homo e heterossexual, branco e negro e índio, dentre diversas outras... ) e através de combinações destes aspectos. Além disso, nossas escolhas e os parâmetros pelos quais nos guiamos cotidianamente – nossa ética – é profundamente influenciada por tais identidades e por nossos contextos. Muito embora, segundo Mama (2010), possamos imaginar novas comunidades de pertença e suas respectivas identidades, sua efetiva disponibilidade é resultado, em larga escala, do tipo de corpo que habitamos, do contexto social e histórico em que vivemos e do lugar concreto e específico em que estamos situados. Assim, o conteúdo e o “ significado de toda e qualquer identidade há de sempre variar em função do lugar e da época “ (p. 609).

Portanto, trabalhar a geografia , ou seja as relações e exigências que o aspecto físico-material do lugar e significações ali ancoradas parece importante para ampliar a compreensão sobre o modo como os vários pertencimentos identitários são inventados, desafiados e negociados.

Além disso, para se analisar a questão do pertencimento hifenizado é indispensável trabalharmos a questão do lugar tanto de partida como de acolhida do migrante na formação do sentimento de pertença, de comunidade. Nosso foco recairá, por consequência , na relação entre o lugar e sua tradução em espaço e território.

## **5. Do espaço e da territorialidade como o lugar da cultura**

Para seguir na investigação entre as relações do espaço com formas de pertença trabalharemos algumas contribuições de teóricos da geografia cultural que destacaram, a partir de distintas posições epistemológicas, questões que priorizaram as temáticas ligadas às formas de situar o simbólico no espaço físico.

Para Massey (2009) já há bom tempo existe uma forma enganosa, em termos de conceituação de espaço e tempo, que opera para transformar a Geografia em História e o espaço em tempo, de forma que “ reduz coexistências simultâneas a um lugar na fiação da História (p24).” Esta transformação tem como principal efeito o embaçamento da percepção da multiplicidade de coexistências simultâneas e do reconhecimento de outros coetâneos, do papel do espaço como categoria efetiva de análise do social. Esta conceituação equivocada do espaço leva a “ sua redução a uma dimensão para a



exposição / representação de diferentes momentos no tempo ( p.26) “ e opera para gerar lugares essencializados que são úteis para remover a diferença e a ‘contaminação’ das identidades essencializadas e trazer segurança e refúgio num mundo em constante e incontrolável movimentação. É um movimento de cunho defensivo, fechado e conservador – o de focalizar as identidades ditas puras e essenciais.

A visão que Masey (2009) propõe em suas considerações sobre o espaço parte por imaginar que não há separações diferenças entre espaço e lugar e que a consideração de multiplicidades coexistentes no mesmo tempo – e em lugares distintos – faz parte constitutiva dos processos sócio-culturais contemporâneos. Advoga que “ é a existência coetânea de uma pluralidade de trajetórias, uma simultaneidade de estórias-até-agora que viabiliza a plena exploração da dimensão espacial dos processos sociais e culturais. Este sistema espacial, alerta Massey, não significa um conjunto de relações coerentes, por que operam no tempo presente e estão em processo. As relações internas do sistema que privilegia as relações espaciais na análise cultural não são plena e logicamente estabelecidas e conectadas. Como o futuro está sempre aberto, por ocorrer, a análise espacial no tempo presente, em que as multiplicidades coexistem, precisam reconhecer esta indeterminação e a noção de risco aí embutida, noção está ausente nas análises históricas. Nestas análises e nas que reduzem o espaço ao tempo, tanto as multiplicidades de trajetórias e posições são negligenciadas como a de risco, de possibilidades variadas de existir. Apenas nas análises em que os eventos já ocorreram ( históricas) é possível – embora nem sempre viável – traçar sistemas holísticos e mapear as suas interconexões. Portanto o espaço ordinário seria o espaço e o lugar “ através dos quais, na negociação de relações dentro da multiplicidade, o social é construído (p. 35)” e se poderia, efetivamente, substituir a narrativa de história ( única) por muitas.

Em sentido muito semelhante Haesbaert (2002) desenvolve argumentação que critica análises de cunho marcadamente histórico que não reservam espaço para a indeterminação, especialmente as de base tanto positivista quanto marxista por se basearem em argumentação sempre dentro do “ grande projeto racionalista da modernidade (p. 34)” Advoga que deve-se trabalhar, dentro da modernidade, com a perspectiva de se romper com dualismos ao se desenvolver abordagens para tratar da dimensão espacial que a subordinem à análise econômica, de base historicista e reducionista, que “ elegem previamente sua linha como a vencedora (p. 33)” e não permitem espaço para a descoberta do novo e para a indeterminação. Neste sentido apresenta interessante proposta em que se parta do princípio de que o home é dotado do



poder de criar e imaginar, além e mesmo através de sua capacidade de meramente reproduzir., não se reduzindo tampouco às determinações da razão.

Seguindo em sua defesa da espacialidade na análise social, Haesbaert ( 2002) destaca alguns aspectos e metáforas das grandes questões da geografia a ser mais desenvolvidos a partir do critério espacial de ordenação. Apresenta, dentre outras, as questões de limites – em que inclui as fronteiras, suas delimitações, porosidades e transições – e a de fluxos – em que coloca as migrações das velocidades e seus efeitos sobre os espaços.

Estas provocações serão retomadas mais adiante, nas considerações sobre imigrantes, identidade brasileira e comida etnia.

Por outro lado e de forma complementar Santos (2010) aponta que a territorialidade é também transindividualidade, a acomodação da ação humana no espaço, é a ligação entre o físico-material do espaço e da geografia com os significados e memórias ali aderidos. Os aspectos materiais do espaço, as paisagens, a arquitetura, as construções, as casas, os móveis , os objetos e, por que não, a comida estão impregnados de lembranças e significados a eles aderidos pela ação, vida e representações humanas. Estes aspectos materiais do espaço estão povoados por conteúdos simbólicos derivados de sua concepção, produção e uso humanos. A transindividualidade, composta pelas relações entre pessoas (relações inter-humanas) é também composta pelas técnicas e seu uso e pelos objetos técnicos. Estes objetos técnicos, produzidos pela ação humana com e pelo uso da técnica humana, seriam o prático-inerte de Sartre a que Santos (2010) faz alusão. O prático-inerte cristaliza, materializa e dá forma material e física á experiência passada. Santos (2010) afirma igualmente que o espaço, com suas paisagens e configurações espaciais é “ a expressão mais acabada do prático-inerte (p. 586)”.

Neste ensaio defende-se a perspectiva de que a comida, por ser também repositório de experiências passadas e ser produzida como objeto técnico, pelo uso da técnica por mãos humanas, se configura igualmente como expressão do prático-inerte, uma tradução do espaço preenchido por cultura.

## **6. Dos migrantes, sua comida e seus territórios como lugares de identidade e de cultura**

A partir das questões relacionadas ao debate entre espaço, territorialidades e marcas culturais do espaço ligadas á questão dos pertencimentos e identidades, pretende-se, aqui, defender a pertinência da representação sobre a comida de migrantes como ojbeto



de estudo interessante para o debate do papel da comunicação e mídias étnicas. Ca construção de sentimentos de pertença a identidades hifenizadas.

Lesser (2001) apresenta as identidades hifenizadas a partir do exemplo da comunidade sírio-libanesa no Brasil. Embora a Síria, o Líbano e a Turquia sejam países distintos, por causa de debates sobre a imigração de chineses para o Brasil, principalmente na primeira metade do século XX tais comunidades criaram a identidade que se poderia adjetivar, inicialmente, de dupla: síria e libanesa concomitantemente. Esta 'criação' fez sentido dentro do debate mais amplo ocorrido à época sobre o interesse ( ou não) do Brasil seguir incentivando imigração não-européia, principalmente de árabes, judeus e japoneses. Havia uma idéia de que migrantes brancos ( ou não-negros) não-europeus teriam resistência á incorporação à sociedade e identidade brasileiras por motivos diversos, alguns explorados em detalhe junto à comunidade de migrantes assírios. A criação da representação de uma identidade não ligada direta e univocamente a um país de origem, foi estratégia de cunho simbólico que visava a quebrar a resistência ao argumento dos migrantes que supostamente não desejariam de integrar ao Brasil.

Ocorre que tal estratégia bem sucedida, por outro lado, deu início historicamente e tornou patente a questão das identidades 'nem lá nem cá', não essencializadas, impuras, contaminadas e hibridizadas na imigração para o Brasil. A identidade ítalo-brasileira é uma delas.

A partir de objeto de consumo tão intenso em simbolismos para o imaginário tanto de brasileiros como de italianos como a comida busca-se, neste ensaio, iniciar de forma introdutória a problematização da identidade cultural brasileira na contemporaneidade a partir das variadas formas de se lidar com o processo de globalização em curso, especialmente em seus aspectos culturais. Mas não se pretende debater unicamente predileções alimentares sobre comida de italianos no Rio de Janeiro. Montanari (2008) afirma que o gosto não é apenas sabor, captado fisiologicamente pela língua. É também saber, avaliado sensorialmente pelo cérebro que diferencia o que é bom do que é ruim, agradável do desagradável. Processado pela cultura, o gosto da comida é realidade coletiva e comunicável, sujeita a influências variadas dos processos comunicacionais. O gosto pela comida se configura como produto cultural, em que predileções e excelências são resultado de complexa construção histórico-cultural, localizada sempre geograficamente. A cozinhas típicas regionais, tal como a comida italiana, são exemplos desta dinâmica, de lentas fusões e incorporações, realizadas em áreas de fronteiras e, num segundo momento, aderidas aos territórios como emblemas de autenticidade local.



São, portanto, não apenas produtos culturais híbridos e múltiplos mas também profundamente produtos culturais marcados por associações simbólicas territorializadas. O mesmo autor afirma também que a comida, por incluir gestos feitos junto a outros – o comer juntos, a comensalidade – assume valor comunicativo, constituindo a linguagem da comida. Esta linguagem representa identidades, posições sociais, gêneros, significados religiosos e, por seu valor comunicativo, é ostentatória e cenográfica (Montanari, 2009). O fato de comermos em público faz das refeições uma forma exibicionista de consumo e uso sócio-cultural da comida . Nas múltiplas associações possíveis entre territórios, simbolismos e identidades a comida se destaca como um objeto de pesquisa privilegiado para explorar a teia e as redes de tais relações.

Mais ainda, Montanari (2008, p. 160) afirma que “se a mesa é a metáfora da vida, ela representa de modo direto e preciso não apenas o pertencimento a um grupo, mas também as relações que se definem nesse grupo...” e que ( p. 164) “ é, portanto, indispensável identificar uma gramática da comida e decodificar suas regras”.

Essa questão será, certa e precisamente, um desenvolvimento subsequente deste ensaio exploratório, a partir do recorte sobre festividades e do consumo de sua comida.

## **7. Conclusões e próximos passos**

Esse ensaio exploratório investigou as relações entre identidade e seus processos de pertença a grupos no contexto cultural contemporâneo para defender a necessidade de se incorporar a perspectiva espacial de modo amplo, criativo e vivo na análise de tais processos identitários. Além disso, debatemos a oportunidade de, a partir de tais considerações sobre espaço e novas considerações sobre tais espacialidades na abordagem de questões da geografia cultural, trabalhar com a questão das representações da comida de migrantes como lugar de possibilidades produtivas de pesquisa na área de comunicação e da comunicação voltada para comunidades de migrantes ligados s identidades hifenizadas em particular.

A partir de tal perspectiva este ensaio pretende ser tão somente um primeiro passo em longa trajetória de análise e pesquisas, nas quais se apresentam como potencialmente promissoras a ser ainda mais detidamente trabalhadas as questão da hibridização das identidades no contexto brasileiro, a comida como prático-inerte que media sentidos identitários e as representações sobre a comida junto a comunidades de migrantes marcadas por identidades hifenizadas.



## Referências Bibliográficas:

- APPADURAI, Arjun. **Modernity at large – Cultural dimensions of globalization**. University of Minnesota Press, 1996.
- \_\_\_\_\_. **A vida social das coisas - as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niteroi: EdUFF, 2008
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004.
- BECK, U. **A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva**. In GIDDENS, A. BECK, U. e LASH, S. *Modernização reflexiva*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.
- BOURDIEU, P. **A Distinção**. São Paulo, EDUSP, 2007.
- BROWN, S. **Marketing pós-moderno: vale tudo!** In: BAKER, M. **Administração de marketing**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- ENNE, A. L. “**À perplexidade, a complexidade: caminhos para pensar a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas**”. IN: *Comunicação, Mídia e Consumo*. v. 3, p. 11-29. São Paulo, ESPM, 2006.
- FEATHERSTONE, M. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo, Unesp, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- HAESBAERT, R. **Territórios alternativos**. Niterói: EdUFF; São Paulo: Contexto, 2002.
- HALL, S. **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. São Paulo: Vozes, 2000.
- \_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7a edição, Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Representation: cultural representations and signifying practices**. Glasgow: Open University Press, 2003b.
- \_\_\_\_\_. **Da diáspora – identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003c.
- LESSER, J. **A negociação da identidade nacional: imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil**. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- MAMA, A. **Será ético estudar a África? Considerações preliminares sobre pesquisa acadêmica e liberdade**. In: SANTOS, B. S; MENESES, M. P. *Epistemologias do sul*. São Paulo: Cortez, 2010.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 2a edição, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MASSEY, D. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.



\_\_\_\_\_. **O mundo na cozinha: História , identidade e trocas.** São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

SANTOS, M. **O lugar e o cotidiano.** In: SANTOS, B. S; MENESES, M. P. Epistemologias do sul. São Paulo:Cortez, 2010.

SANTOS, B. S; MENESES, M. P. **Epistemologias do sul.** São Paulo:Cortez, 2010.

VELHO, G. **Projeto e metamorfose: Antropologia das sociedades complexas.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, T. T. (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. São Paulo: Vozes, 2000.