

De gourmet a caçador: alimentação e medo na pandemia¹

From gourmet to hunter: food and fear during the pandemic

De gourmet a cazador: comida y miedo en la pandemia

Patrício Carneiro Araújo²

RESUMO

Este ensaio trata do cotidiano de pessoas que vivem nas metrópoles brasileiras e a respeito de aspectos do seu comportamento durante a pandemia de Covid-19. A reflexão resulta da experiência vivida pelo autor durante o confinamento imposto pelas políticas sanitárias de prevenção ao contágio pelo vírus, e da observação sistemática do comportamento das pessoas no que se refere às adaptações em torno da aquisição, preparação e do consumo dos alimentos durante a pandemia, na cidade de Fortaleza, Ceará, Brasil. Em diálogo com estudos concernentes à alimentação, cotidiano e consumo, o artigo aborda o comportamento de alguns setores da classe média brasileira na pandemia e questiona a ideia de que as condutas de consumo se desenvolvem de forma progressiva e linear, num movimento do *caçador* ao *gourmet*. Ao se verem privados de comodidades como restaurantes e cozinheiras, setores específicos da classe média brasileira retrocederam à posição de caçadores do seu próprio alimento, num movimento distópico que subverte importantes narrativas da história da Gastronomia. A metáfora entre caçar e fazer compras, aqui é tomada como chave interpretativa da relação construída entre a casa e o supermercado durante a pandemia.

Palavras-chave: Alimentação; Medo; Pandemia; Supermercados.

ABSTRACT

This essay addresses the daily lives of people living in Brazilian metropolitan areas, and some aspects of their behavior during the Covid-19 pandemic. This reflection results from the author's experience during the lockdown imposed by health policies to prevent against the contamination with the virus, and from systematic observation of the behavior of people concerning their adaptations around purchase, preparation, and consumption of food during the pandemic, in Fortaleza city, Ceará, Brazil. In accordance with food, daily routine and consumption studies, this article addresses that some sectors of the Brazilian middle-class actions during the pandemic and

¹ Há neste título uma evocação do título, aqui invertido, do livro de Ariovaldo Franco, *De caçador a gourmet: uma história da Gastronomia* (2010), por motivos que serão compreendidos ao longo do texto.

² Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB).E-mail: patricionisoji@unilab.edu.br

questions the idea that purchasing behavior develops in a linear and progressive manner, in a movement from *hunter* to *gourmet*. Having temporarily lost amenities such as restaurants and domestic workers, specific sectors of the Brazilian middle class reversed to the position of hunters their own food, in a dystopian movement that subverts important narratives in the history of Gastronomy. The metaphor between hunting and shopping is taken here as an interpretive key to the relationship built between the home and the supermarket during the pandemic.

Key Words: Food; Fear; Pandemic; Supermarkets.

Resumen

Este ensayo trata sobre la vida cotidiana de las personas que viven en las grandes ciudades brasileñas y sobre aspectos de su comportamiento durante la pandemia de Covid-19. La reflexión resulta de la experiencia vivida por el autor durante el encierro impuesto por las políticas sanitarias para prevenir la infección por el virus, y de la observación sistemática del comportamiento de las personas en cuanto a adaptaciones en torno a la adquisición, preparación y consumo de alimentos durante la pandemia, en la ciudad de Fortaleza, Ceará, Brazil. En diálogo con estudios sobre alimentación, vida cotidiana y consumo, el artículo aborda el comportamiento de algunos sectores de la clase media brasileña en la pandemia y cuestiona la idea de que el comportamiento del consumidor se desarrolla de manera progresiva y lineal, en un movimiento de cazador a gourmet. Cuando fueron privados de comodidades como restaurantes y cocineros, sectores específicos de la clase media brasileña volvieron a la posición de cazadores de su propia comida, en un movimiento distópico que subvierte importantes narrativas en la historia de la gastronomía. La metáfora entre caza y compra se toma aquí como clave interpretativa de la relación construida entre el hogar y el supermercado durante la pandemia.

Palabras clave: Alimentación; Miedo; Pandemia; Supermercados.

Introdução

A pandemia mundial de COVID-19, que eclodiu nos primeiros meses de 2020, impôs reelaborações muito profundas nas relações humanas e sociais. Os aspectos ligados à alimentação constituíram um dos campos mais atingidos pelos efeitos da pandemia. Pode-se mesmo afirmar que a pandemia impôs um corte nas relações de consumo alimentar humano, questionando, inclusive, as compreensões mais arraigadas desse consumo estabelecidas até então.

Pensando a partir de uma ideia desenvolvida por Ariovaldo Franco⁽¹⁾ (2010), em seu livro *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*, discutiremos neste ensaio o quanto a pandemia impôs uma realidade que inverteu a ordem que ia do caçador ao gourmet, baseada numa lógica de sucessão cronológica progressiva. De

acordo com a ordem imposta pela pandemia, a ideia de uma evolução das técnicas de aquisição, preparação e consumo dos alimentos dá vez a uma ordem inversa, na qual o comportamento de certos setores da sociedade é reposicionado, sendo que aquele que se julgava *gourmet* de repente se vê na condição de *caçador* dos alimentos que garantirão a sua subsistência. Essa inversão se processa ao mesmo tempo em que atinge o paroxismo, aquilo que Esther Vivas Esteve⁽²⁾ (2017) chamou de “O poder dos supermercados”. Vejamos então como isso se deu.

Alimentação em tempos de pandemia

Mesmo não havendo evidências de que o Coronavírus se transmitisse pelos alimentos, um dos efeitos mais impactantes da pandemia de Covid-19, que eclodiu na China e se espalhou pelo mundo, nos primeiros meses de 2020, foi justamente o campo da alimentação. A versão, nunca confirmada, de que o vírus teria acessado os organismos humanos inicialmente através do consumo de uma sopa de morcego, em um mercado popular da cidade chinesa de Wuhan, contribuiu para criar uma relação direta de suspeita em relação aos alimentos. Essa suspeita iria se juntar a vários outros medos que se materializavam, por exemplo, nos delicados e impressionantes ritos de ablução de todos os alimentos adquiridos para o consumo próprio ou familiar durante a pandemia. De repente, as pessoas se viram lavando todo e qualquer produto alimentício adquirido. Em várias partes do mundo, o trato com os alimentos, incluindo sua produção, transporte, comércio, preparação e consumo, viu-se de repente atingido por um medo e uma suspeição que impuseram novos comportamentos ligados à higienização e ao controle.

Também nos mercados e supermercados os ritos de trato para com os alimentos, sejam os naturais ou industrializados, surgiram como resultados dos protocolos sanitários adotados e impostos pelas autoridades sanitárias, médicas e políticas. Como tudo ainda era muito novo e desconhecido, muitas vezes não havia nenhuma garantia de que a conduta adotada seria a mais segura e eficaz. Instalou-se então a desconfiança generalizada. Especialistas do mundo inteiro e, de vários setores das ciências dos alimentos, tentavam dar respostas para perguntas que de tão novas nem eles mesmos sabiam formular. De uma hora para outra, a tranquilidade de comer uma fruta, ou simplesmente comprá-la em um supermercado,

tornou-se epicentro de uma desconfiança capaz de fazer do gesto de comer um risco de vida. Nesse sentido, as antigas suspeitas ligadas aos alimentos, como intoxicação e envenenamento, pareciam obsoletas diante de um vírus tão letal e desconhecido que poderia estar escondido na primeira dentada em uma fruta inocente.

Entre as precauções adotadas para afastar essa iminência da morte estavam o distanciamento social, o confinamento³, o uso de EPIs (Equipamentos de Proteção Individual), como luvas, máscaras e roupas especiais, e o reforço de antigos hábitos de higiene pessoal, como lavar as mãos e higienizá-las com álcool em gel. Tais cuidados se estenderam a todos, indistintamente, tendo sido adotados como leis em algumas regiões do mundo e do Brasil. Do lar ao supermercado, o percurso das pessoas em busca de alimentos passou então a ser mediado por todos esses cuidados que, a partir daquele momento, pareciam fazer parte do mundo pós-pandemia, atingindo, de cheio, a relação com os alimentos, desde os primeiros momentos da sua produção até a mesa do consumidor, passando, claro, pelo supermercado.

O supermercado: um dos poucos destinos possíveis durante a pandemia

Com as medidas sanitárias adotadas durante a pandemia, o que incluía o fechamento do comércio e a manutenção apenas dos serviços considerados como essenciais, os supermercados passaram a reinar absolutos como um dos poucos destinos possíveis. Assim como aconteceu em muitas regiões do mundo, também no Brasil as pessoas foram orientadas – e em alguns casos obrigadas por força de lei – a se mantarem confinadas em suas casas, sendo que os únicos estabelecimentos autorizados a abrir foram àqueles ligados aos serviços considerados pelas autoridades políticas e sanitárias como essenciais. Nessa compreensão de essencial estavam hospitais, farmácias, padarias, pet-shops e supermercados. Ora, se numa sociedade urbana, industrial e capitalista os

³ Assim como em muitos outros países do mundo, também no Brasil o confinamento por causa da pandemia foi chamado *Lockdown*. O empréstimo da palavra inglesa se deveu à popularização dos pronunciamentos da Organização Mundial da Saúde (OMS), que assumiu o papel principal dos discursos oficiais diários sobre a pandemia.

supermercados já possuem um forte poder de convergência e controle social, durante a pandemia esse poder atingiu seu ponto mais alto.

Numa perspectiva de crítica ao poder adquirido pelos supermercados na atualidade, ao analisar o papel e a atuação desse tipo específico de comércio na Espanha e em outros grandes centros urbanos da Europa e dos Estados Unidos, Esther Vivas Esteve⁽²⁾ já nos tinha advertido a respeito dessa supremacia do “super”, quando explana que:

O poder dos grandes varejistas é enorme e nossa alimentação está sujeita a seus interesses econômicos. São essas empresas que determinam o preço a pagar ao agricultor por seus produtos e qual o custo a ser cobrado no “super”. Dando-se o paradoxo de que o camponês cada vez recebe menos dinheiro pelo que vende, e nós, como consumidores, pagamos cada vez mais. Fica claro quem ganha. Trata-se de um oligopólio, em que poucas empresas controlam o setor, que empobrece a atividade rural, homogeneiza o que comemos, precariza as condições de trabalho, acaba com o comércio local e promove um modelo de consumo insustentável e irracional. (ESTEVE, 2017).

Como se verifica, o poder dos supermercados também se sustenta sobre um efeito deletério do seu entorno. Mas não apenas as relações de produção e consumo locais que são invadidas tão violentamente com a chegada dos grandes supermercados. Na sua forma de estruturação e consumo, os grandes supermercados também invadem a privacidade das pessoas que, aos olhos desse tipo de comércio, não passam de consumidores potenciais. Ainda nas palavras de Esteve⁽²⁾, o mundo dos supermercados funciona como uma espécie de *Big Brother*. Os intrincados mecanismos de espionagem adotados pelos supermercados fazem daquele que “caça seus alimentos” ali, também uma “caça”, já que, enquanto compra, é sistematicamente observado para que, a partir da análise do seu comportamento de consumo, seja capaz de comprar ainda mais no futuro. É a mesma Esteve⁽²⁾ que nos explica como funciona esse mecanismo:

Associamos a compra no supermercado à modernidade, autonomia, liberdade de escolha. No entanto, existem poucos lugares no mundo, que fazem parte da nossa vida diária, tão controlados e monitorados como tais estabelecimentos. Por trás de nossa compra, embora não pareça, há muito em jogo. Daí que em um supermercado nada é deixado ao acaso. Tudo foi concebido para que compremos. E quanto mais, melhor. (ESTEVE, 2017).

Portanto, o supermercado nos observa enquanto nós observamos aquilo que pretendemos comprar, por desejo ou necessidade. Recorrendo a uma metáfora

possível, trata-se, então, de um cenário de caça, no qual, muitas vezes, a caça e o caçador se confundem em um intrincado jogo de interesses e ritos. Essa observação oculta do comportamento do consumidor, que, repita-se, assemelha-se tanto aos ritos de caça, também é percebida nas seguintes palavras de Esteve⁽²⁾: “Nossos movimentos num supermercado nunca passam despercebidos. Uma câmera ou outra, colocada aqui ou ali, registra tudo. No entanto, o que é feito com essas imagens? Sabemos quando estamos sendo gravados? Podemos acessar esses filmes?” (ESTEVE, 2017).

Assim como Esteve⁽²⁾ aponta na Espanha, Ariovaldo Franco⁽¹⁾ também mostra como a mesma situação acontece na França:

O grande objetivo das técnicas de vendas é induzir os indivíduos a consumir mais. Nesse sentido, as estratégias desenvolvidas por alguns estabelecimentos têm características de ficção científica. Encontra-se em Saint-Quentin-em-Yvelines, perto de Paris, um “supermercado-laboratório” que tem a finalidade de estudar o comportamento dos consumidores. Em Saint-Quentin-em-Yvelines, os compradores são observados por uma equipe de psicólogos e sociólogos, sentados atrás de uma parede de vidro especial, que os torna invisíveis aos clientes. (FRANCO, 2010).

A observação do comportamento dos consumidores tem objetivo bem definido, como já mencionado. Aqui, se comparada com os ritos de caça, transpondo as estratégias e condutas próprias do mundo da caça, podemos observar o quanto nesse meio, caça e caçador se sucedem e se confundem, nas posições de vítima e predador. Seguindo ainda as pegadas das palavras de Franco⁽¹⁾, podemos confirmar isso quando ele explica:

Através dessa parede, os percursos, as paradas, as hesitações e os olhares dos fregueses são gravados por um *eye movement recorder*. Tal sistema, pela refração de raios infravermelhos sobre a retina, registra quais os artigos que mais atraem a atenção dos fregueses e o tempo durante o qual os olhares se detêm sobre eles. A observação sistemática das reações dos compradores pela equipe de cientistas sociais permite aos *designers*, arquitetos, decoradores e técnicos em iluminação planejar os espaços de maneira a estimular o consumo. Assim, largura dos corredores, iluminação, disposição dos produtos, cores, músicas serão adaptadas para que os fregueses se desloquem lentamente, detenham-se mais tempo diante das prateleiras e comprem, além do necessário, o supérfluo. (FRANCO, 2010).

Nota-se, portanto, o quanto os supermercados, além de territórios de caça, também apresentam uma mística e uma magia, artificialmente produzidas, capazes de criarem necessidades, ao mesmo tempo em que conseguem manter os seus

visitantes, numa espécie de enfeitiçamento, que os leva a comprar até mesmo aquilo de que não precisam. Contudo, esse voyeurismo predador não é privilégio do mundo dos supermercados, que tentam, a todo custo, manter e aumentar cada vez mais o seu império. O mundo dos restaurantes e do marketing em alimentação também costuma adotar práticas semelhantes. Eu mesmo tive a oportunidade de presenciar o doutor Maxime Michaud, responsável pelo Grupo de Pesquisa em Ciências Sociais, do Centro de Pesquisa do Instituto Paul Bocuse (IPB), falar, em um Congresso de Gastronomia e estudos da alimentação, acontecido em janeiro de 2019, na cidade de Fortaleza, que nos laboratórios de desenvolvimento de alimentos daquele importante instituto algo muito parecido acontece⁴.

Segundo o pesquisador, essa observação sistemática por trás de paredes de vidro e de câmeras constitui parte do aparato de formação dos profissionais de alimentação, que têm o privilégio de estudar naquele centro de pesquisas. Ao ter seus comportamentos observados enquanto comem, os consumidores encontram-se dentro de um circuito no qual, numa linguagem apropriada do mundo da caça, o predador vira presa enquanto preda. E quando não é possível observar seu comportamento, observam-se suas pegadas, ou seja, os rastros que suas práticas de consumo imprimem nos sistemas eletrônicos de monitoramento do percurso dos produtos comprados.

Assim como nos ritos de caça, as práticas de consumo nos supermercados também fazem uso de estratégias ligadas às marcas ou pegadas deixadas por aqueles que, pensando serem caçadores, de repente se surpreendem na posição de caça. Esteves, novamente, parece ser muito elucidativa ao explicar como isso se dá com o apoio das mais avançadas tecnologias:

Eles dizem que comprar no supermercado do futuro será mais prático, confortável, ágil, rápido e não precisaremos fazer filas nem passar pelo caixa. Tudo graças, entre outras, à tecnologia de identificação por radiofrequência – as etiquetas RFID. Umas etiquetas contendo um microchip que registra informações detalhadas sobre a “vida” do produto. Elas são como um número de série único que armazena e emite, através de uma antena, dados específicos sobre esse produto. Assim, no futuro não

⁴ O fato se deu no dia 16 de janeiro de 2019, durante o IV Seminário Interfaces: Alimentar, promovido pelo Observatório Cearense da Cultura Alimentar (OCCA), ligado à UECE, com o apoio do sistema FIEC, da Université Lumière Lyon 2, dentre várias outras importantes instituições. Na ocasião, o Doutor Maxime Michaud participava como palestrante numa mesa-redonda intitulada “Unir pesquisa e prática profissional no Centro de Pesquisas do Instituto Paul Bocuse (IPB)”.

tão distante, poderemos entrar em um supermercado, pegar um carrinho de compras “inteligente”, carregar em seu banco de dados a lista do que queremos comprar, deixar que ele nos guie ao encontro desses produtos, dar-nos informações sobre eles e ir calculando o total que estamos gastando. E, ao sair, nem vamos precisar fazer *check-out* – já que cada produto leva uma dessas etiquetas e uma antena receptora os identificará. O total nos será cobrado diretamente em nossa conta, e sem entrar em filas. O que mais poderíamos pedir? (ESTEVE, 2017)⁽²⁾.

Em épocas de exacerbação do capitalismo e do consumo, esses modelos futuristas de supermercados inteligentes - que observam aqueles que observam as prateleiras -, nem deveriam nos surpreender. Modelos desse tipo (ou quase) já estão espalhados pelo mundo inteiro. Esse é um dos motivos pelo qual neste ensaio nem estou analisando os méritos desse tipo de prática, preferindo me dedicar a compreender as relações simbólico-metafóricas envolvidas entre esses tipos de estratégias e os ritos de caça no mundo contemporâneo. Ora, no universo da caça tradicional, há um raciocínio que adverte o caçador para ser muito atento e ter prudência quando caçando, pois, “caçador que se descuida vira caça”.

Comparando o comportamento dos consumidores nos supermercados de hoje, parece que foi justamente isso que aconteceu: ao se descuidar, o “caçador” (consumidor) tornou-se “caça” aos olhos dos grandes supermercados. Isso porque ele não percebeu que, ao observar, era também observado. Aliás, como será apresentado mais adiante, a partir das palavras de Michel de Certeau⁽³⁾ (2014), no mundo das cidades você está constantemente sendo observado. Logo, não é só o supermercado que te observa. A cidade também o faz. E muitas vezes da mesma forma que uma floresta ou um deserto fazem com quem neles transita, como explica Certeau, em capítulo intitulado “Caminhadas pela cidade”:

A caminhada obedece com efeito a tropismos semânticos; é atraída ou repelida por denominações de sentidos obscuros, ao passo que a cidade, esta sim, se transforma, para muitos, em um ‘deserto’ onde o insensato, ou mesmo o terrificante, não tem mais a forma de sombras, mas se torna, como no teatro de Genet, uma luz implacável, produtora do texto urbano sem obscuridade, criada em toda a parte por um poder tecnocrático, que põe o habitante sob vigilância (de quê? Não se sabe): ‘A cidade nos mantém sob o seu olhar, que não se pode suportar sem vertigem’, diz uma moradora de Ruão. (CERTEAU, 2014).

Portanto, como em uma caça, o sujeito urbano encontra-se constantemente observado, seja pela cidade, seja pelos supermercados. E isso parece ter se

acentuado ainda mais durante a pandemia, não só por meio dos circuitos internos de vigilância e das paredes de vidro, mas – e eu diria, ainda mais – pelos aplicativos de compras, através dos quais, muita gente passou a adquirir aquilo de que precisava. Principalmente pessoas que se deixaram vencer pelo medo da contaminação resultante de hiperexposição nos espaços físicos dos supermercados.

No caso dos aplicativos, estes contribuem ainda mais com as redes de supermercados, já que o próprio consumidor, ao se cadastrar, enviar sua lista de produtos desejados, fornecer endereço (físico e eletrônico), além de uma infinidade de outras informações pessoais, já está alimentando o banco de dados das grandes redes e configurando os nichos de gostos e consumo, sem que com isso as grandes redes precisem gastar tanto. Nesses casos, o uso de aplicativos, além de aumentar os lucros das grandes redes, ainda diminui seus gastos com pesquisas de mercado, precisando apenas redirecionar seus investimentos em tecnologia de informação e transporte.

Portanto, como se pode inferir, durante a pandemia o olhar de controle da cidade sobre os indivíduos atingiu seu paroxismo, tanto por meio do comércio de alimentos quanto de todo um aparato de leis e agentes do estado que naquele período passaram a ter plenos poderes sobre o movimento das pessoas pela cidade. E tendo os supermercados se tornado um dos poucos destinos além da própria casa, é de se imaginar que seus serviços de circuitos internos de monitoramento não deixaram passar essa ocasião privilegiada de estudar ainda mais os comportamentos de consumo da população acuada pelo vírus.

De gourmet a caçador: alimentação e medo na pandemia

Durante a pandemia de Covid-19, ao poder dos supermercados se somaram outros problemas que também atingiram diretamente os consumidores de alimentos. Como um dos poucos destinos possíveis, num momento em que as pessoas já não aguentavam mais ficarem confinadas em suas casas apertadas, os supermercados passaram a ser frequentados com ainda mais regularidade, aumentando assim seus lucros e as chances de contaminação entre os frequentadores. É nesse momento que o supermercado adquire novos significados, criando um ambiente que subverte a lógica defendida por Franco⁽¹⁾, já que a perspectiva progressiva e linear da

“evolução” dos hábitos de consumo sofrerá uma ruptura. O *Gourmet* de repente se vê lançado à retroativa condição de *caçador*, e a cidade se torna uma grande selva, na qual estão distribuídos os nichos de caça, representados pelos supermercados. Cabe lembrar que todo tipo de caça requer certas estratégias, táticas⁵, técnicas, ritos e instrumentos. Vejamos como isso de fato aconteceu.

Tomando como referência alguns setores da classe média das grandes cidades brasileiras, já que esta consegue, em tempos normais, comer com regularidade e tem o privilégio de algumas vezes, por semana ou por mês, desfrutar de uma visita a restaurante - mesmo que seja popular - podemos perceber que durante a pandemia a posição de gourmet de certa forma foi subvertida pela de caçador. Pessoas que, esporádica ou regularmente, costumavam comer em restaurantes, com a imposição das regras sanitárias, de repente se viram obrigadas a cozinhar, comprar comidas por aplicativos ou mesmo retirar a comida nos restaurantes para comê-la em casa ou, nos casos mais extremos, dentro de um carro, no estacionamento de algum supermercado (novamente ele!), como eu mesmo fiz muitas vezes enquanto vigorou o fechamento dos restaurantes em Fortaleza (CE).

Para aqueles que cozinham ou dividiam seu cotidiano com alguém que o fazia, o momento das compras tornou-se uma espécie de caça aos alimentos. Era o caçador tomando o lugar do gourmet. Nesse sentido, uma situação extrema como a da pandemia demonstra que aquela sequência progressiva e linear de desenvolvimento dos hábitos alimentares, advogada por Franco, não pode ser vista como uma lei incontornável. Em situações nas quais a vida está em risco (iminência da contaminação pelo vírus) e o instinto de sobrevivência se impõe (acesso aos alimentos e à comida), aquilo que em outras épocas seria visto como involução ou regressão (caçar), na verdade pode assumir o *status* de uma nova normalidade.

⁵ Como *estratégia* e *tática* estou tomando aqui de empréstimo a mesma acepção de Michel de Certeau (CERTEAU, 2014, p. 45), quando explica que a *estratégia* se confunde com o recurso daquele que se encontra em posição mais confortável numa disputa e a *tática* é a resposta dos subjugados às investidas daqueles que mantêm o controle da situação. Pensando no caso dos supermercados que observam seus clientes através de paredes de vidro disfarçadas, sem que eles saibam que estão sendo observados (confundindo assim os papéis de caça e caçador), teremos uma boa compreensão das noções de *estratégia* e *tática* de Certeau, quando aplicadas aos casos que aqui estamos analisando.

O movimento *de gourmet a caçador* durante a pandemia nos ajuda a compreender essa inversão, já que naquele contexto a satisfação da necessidade básica de comer passou a ser mediada por verdadeiras lutas de busca aos alimentos. E, na forma com que analiso essas dinâmicas, a busca pelos alimentos é lida como uma forma de caça, requerendo, portanto, estratégias e táticas. Relembro que essa relação entre determinadas práticas do cotidiano e a arte da caça já havia sido aventada por Michel de Certeau⁽³⁾ e sua equipe de pesquisa em Lion, ao investigarem os comportamentos de consumo da população francesa. Ao explicar essa relação Certeau⁽³⁾ afirma que:

Muitas práticas cotidianas (falar, ler, circular, *fazer compras* ou preparar as refeições etc.) são do tipo tática. E também, de modo mais geral, uma grande parte das 'maneiras de fazer': vitórias do 'fraco' sobre o mais 'forte' (os poderosos, a *doença*, a violência das coisas ou de *uma ordem* etc.), pequenos sucessos, artes de dar golpes, *astúcias de caçadores*, mobilidades da mão de obra, simulações polimorfas, achados que provocam euforia, tanto poéticos quanto bélicos. Essas performances operacionais dependem de saberes muito antigos. (...) Dos fundos dos oceanos até as ruas das megalópoles, as táticas apresentam continuidades e permanências. (CERTEAU, 2014, Grifos meus).

A necessidade de fazer compras e a arte de caçar, na época da pandemia, se mesclaram numa conjunção que revelava os dramas do momento, fazendo com que estratégias e táticas interagissem a favor do sujeito que precisava se alimentar, mas não queria morrer pela contaminação do vírus. Mas, como se deu essa caça aos alimentos durante a pandemia?

Mais do que nunca, os supermercados passaram a ser vistos como o lugar onde estão os alimentos. Se a rua passou a significar o risco de morte, os supermercados se converteram em fontes de vida. Numa inusitada metáfora resultante desse contexto de crise, essa fonte dos alimentos (sejam eles de origem animal, vegetal ou mineral) também é vista como a floresta perigosa (já que potencialmente contaminada e contaminadora), repositório dos alimentos que precisam ser caçados. A clássica dicotomia campo-cidade subitamente pareceu constituir uma única realidade. Territórios erroneamente compreendidos como mutuamente excludentes, como já havia nos advertido Raymond Williams⁽⁴⁾ (1989), durante a pandemia a cidade e o campo vêm evaporar cada vez mais rápido as suas antigas fronteiras, se é que realmente algum dia essas fronteiras foram tão bem

definidas como às vezes se supõe⁶. A cidade de repente é campo⁷ e o campo se revela na cidade. Na TV, as mega-propagandas do agronegócio são repetidas em horário nobre, como fórmulas hipnóticas, em intervalos de tempo cada vez menores: “*Agro é tech, agro é pop, agro é tudo*”. Como um verdadeiro feitiço contemporâneo, a TV atua insistentemente no sentido de imprimir à população – seja urbana ou rural – uma ideia do agronegócio como “A indústria-riqueza do Brasil”, ao mesmo tempo que convence a todos da dependência da cidade em relação ao campo. Campo e cidade, portanto, aparecem cada vez mais como verso e anverso da mesma moeda, motivo pelo qual caçar na cidade também se torna uma realidade cada vez mais verossímil.

Mostradas através de chamadas rápidas e produções audiovisuais de excelência, a propaganda comprova, de forma quase irrefutável, que o campo se encontra não só na cidade, mas dentro da casa dos confinados. Essa onipresença do “agro-tudo” que a TV garante existir pode ser comprovada com um simples movimento de noventa graus na cabeça, já que, do sofá mesmo, é possível ver as frutas sobre a mesa. Por meio de alimentos e derivados dos mais variados produtos cultivados pelo *agrobusiness*, a TV não deixa dúvidas: graças aos supermercados não existe mais fronteiras intransponíveis entre a cidade e o campo.

No mundo dos confinados, os supermercados se convertem, portanto, na principal e mais acessível fonte dos alimentos. Lugar de caça, onde nunca faltará alimento. Essa mesma mensagem também é constantemente repetida pelos governos, pelos meios de comunicação e, pelos próprios supermercados que, como um mantra, repetem até a exaustão, através de alto-falantes: “Não precisa estocar. Não há nenhum risco de desabastecimento”. Resta aos moradores da cidade, sitiada pelo perigoso vírus, enfrentar os perigos e se lançarem à caça nos supermercados.

⁶ Ao falar da imbricação entre as origens comuns do mundo agrícola e urbano, Williams afirma: “Porém, direta ou indiretamente, a maioria das cidades aparentemente se desenvolveu como um aspecto da ordem agrícola: num nível mais simples, como mercados; num nível mais elevado, refletindo a verdadeira ordem social, como centros de finanças, administração e produção secundária”. (WILLIAMS, 1989).

⁷ Durante a pandemia, tornou-se comum observar animais selvagens circulando pelas cidades em diferentes regiões do mundo. Veja, por exemplo, a matéria *Durante a quarentena, animais ocupam ruas de centros urbanos pelo mundo*.

Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/album/2020/04/22/durante-quarentena-animais-saem-as-ruas-em-centros-urbanos-pelo-mundo.htm?mode=list&foto=8>. Acesso em: 04 ago.2020.

Os clientes, que acorrem a essa floresta repleta de alimentos que é o supermercado, passam a se comportar como caçadores que se lançam em uma perigosa aventura, munidos de parafernália que há alguns meses antes da eclosão da pandemia nem imaginariam ter que usar. Máscaras protetoras, luvas e emulsões higienizantes parecem compor os instrumentos de caça, que ao mesmo tempo protegem o caçador dos perigos da “floresta” na qual ele se embrenhará e facilita sua ação em campo. Da mesma forma, a caça aos alimentos passa a ser precedida e sucedida por ritos de higienização que não deixam absolutamente nada a desejar aos ritos de entrada e de saída que geralmente precedem todo e qualquer complexo ritualístico mais refinado, como um sacrifício, por exemplo⁸. Entra em cena o verbo “sanitizar”, até então utilizado apenas nos círculos restritos de profissionais da saúde.

Em contexto de pandemia, o simples ato de ir fazer compras dá vez a um verdadeiro cerimonial, que tece um corte no tempo e no espaço que compõem o cotidiano da família. Um dia antes a família já se reúne em torno da elaboração da lista. No dia de ir à caça – leia-se “às compras” -, dos alimentos, os ritos já começam em casa: os responsáveis por essa perigosa tarefa terão os cuidados de se vestir adequadamente, de preferência com roupas que lhe cubram o máximo possível da superfície corporal. Luvas de plástico serão muito úteis, caso haja. A máscara protetora, cujo uso a certa altura foi declarado obrigatório pelos governos locais, deve ser posicionada no rosto ainda dentro de casa, principalmente se a família viver em condomínio e precisar ter contato com vizinhos em elevadores ou áreas de uso comum.

Além de todos esses cuidados, aconselha-se levar um pequeno pote de álcool em gel para higienizar as mãos sempre que se lembrar. Depois disso, é lançar-se na selva urbana e evitar qualquer contato corporal a menos de dois metros de distância com outras pessoas. Recomenda-se que crianças, idosos e portadores de qualquer doença crônica não tomem parte nessa jornada, e não mantenham contato por certo tempo com quem fizer a empreitada. Fazer compras, de repente, se tornou sinônimo de perigo à vida. Em lares compostos por apenas uma pessoa

⁸ Sobre os chamados “Ritos de Entrada” e “Ritos de Saída”, veja Mauss (2003)⁽⁶⁾ e Maus & Hubert (MAUSS; HUBERT, 2005)⁽⁷⁾.

os ritos obedecem à mesma lógica, o que comprova a dimensão coercitiva do contexto de pandemia.

Por outro lado, assim como outrora a atividade da caça sofria ingerências pautadas em pertencimentos de gênero e classe, sendo tida como prática exclusivamente masculina (FRANCO, 2010, p. 82)⁹, mesmo ainda não havendo dados de pesquisas que comprovem isso, em algumas cidades brasileiras – como em Fortaleza, por exemplo -, nos momentos iniciais da pandemia a ida aos supermercados terminou sendo uma atribuição mais masculina do que feminina.

Um dos motivos que pode estar ligado a essa divisão sexual da ida às compras parece ser o imaginário existente de que a rua é lugar de homem (DAMATTA 1997; DEL PRIORE, 2009)^{(8) (9)}, enquanto a casa pertence à mulher. Some-se a isso a falsa relação criada pelas culturas machistas e patriarcalistas entre a dimensão do cuidado e as mulheres. Segundo esse raciocínio, como as mulheres estariam em contato mais intenso e próximo com os membros da família mais vulneráveis ao vírus (idosos, doentes, crianças, etc.), uma espécie de acordo tácito foi se estabelecendo, de forma que sua ida ao supermercado foi sendo reduzida, como forma de profilaxia.¹⁰ Mesmo não tendo se imposto como prática generalizada, as tentativas de reservar ao homem a ida ao supermercado não foi notada apenas no Brasil.

Essa divisão sexual da compra dos alimentos assumiu ares de polêmica no Japão, quando o prefeito da cidade de Osaka, Ichiro Matsui, na tentativa de reforçar

⁹ Ao se referir à prática da caça na Europa Medieval, Ariovaldo Franco⁽¹⁾ afirma que “A nobreza tinha grande apreço pela carne de caça. As principais atividades dos nobres eram a guerra e a caça. Esta era apanágio da aristocracia e proibida a servos e camponeses. Os infratores dessa regra podiam ser punidos severamente. Portanto, as caçadas e o consumo do seu produto representavam um outro elemento de distinção entre os nobres e o restante do povo. Este somente podia apreender e comer animais de pequeno porte, como lebres e coelhos”. (FRANCO, 2010). Sobre a relação entre o trato com a carne e as prerrogativas masculinas, veja-se também *A política sexual da carne: uma teoria feminista-vegetariana* (2018), de Carol J. Adams.⁽⁷⁾

¹⁰ A ideia de que fazer compras é tarefa masculina também aparece nas palavras de Luce Giard⁽¹⁰⁾, ao explicar o comportamento dos moradores do bairro da rue Rivet, em Lion: “Na família R. como para muitas outras do bairro da rue Rivet, ‘fazer o mercado’ é uma tarefa geralmente confiada aos homens. Nesse sentido interferem muito as causas territoriais: tratando-se do bairro, o mercado fica ‘no alto’, no boulevard. O acesso por ladeiras íngremes ou longas rampas de escadarias é uma operação fatigante que exige certo esforço físico. (...) o mercado é a ocasião de ritos, tipicamente masculinos, que se condensam no ‘aperitivo’ tomado ‘com os companheiros’ num café da Croix-Rousse”. (GIARD, *Apud* CERTEAU, et al., 2013). Percebe-se então que os obstáculos interpostos pelo percurso até o mercado servem como justificativa para manter a mulher em casa e franquear a rua ao homem, sejam esses obstáculos físicos (uma ladeira em Lion) ou invisíveis (o Coronavírus no Brasil).

o distanciamento social e reduzir os casos de infecção pelo vírus, afirmou que os homens deveriam assumir a ida ao supermercado, já que as mulheres costumavam demorar mais tempo nos supermercados quando assumiam essa função¹¹. Acusado de misoginia, o caso do prefeito de Osaka é bastante significativo para demonstrar o quanto, no contexto da pandemia, essas atribuições domésticas também foram afetadas por uma perspectiva de gênero.

Conforme o que pude ouvir de algumas famílias de Fortaleza, e a partir das minhas próprias experiências, quando era o homem que ia ao supermercado, na chegada em casa, a função de higienizar e armazenar os alimentos comprados geralmente ficava a cargo da mulher, repetindo, também aqui, uma antiga prática ligada à caça.

Nas famílias cuja configuração é nuclear e, quando a ida ao supermercado recaía sobre o marido, chegando em casa ele começava por abandonar seus calçados do lado de fora da porta. Ao adentrar em casa, colocava todas as sacolas no chão da cozinha ou sobre uma bancada, passando direto para o banheiro, sem ter contato ou conversar com ninguém. Na lavanderia ele preparava um balde ou a máquina com sabão em pó, onde depositaria as roupas que usou para ir ao supermercado. Ali também lançaria a máscara facial e todas as suas vestes, na intenção de que, como falaram os médicos e especialistas da saúde, o sabão eliminasse possíveis focos do vírus adquiridos durante a perigosa incursão às compras.

Como é de se imaginar, em famílias com outras configurações (formadas por apenas uma pessoa, duas mulheres, dois homens, etc.) os ritos poderiam assumir outras formas. Contudo, majoritariamente havia uma divisão de tarefas e se procurava cumprir todos os protocolos de higiene e distanciamento social, de modo que o espaço da casa e, do supermercado, sempre apareciam bem definidos através dos ritos de limpeza.

Enquanto o membro da família que foi ao supermercado cumpria seu rito de ablução “pós-caça aos alimentos”, na cozinha, aquele/aquela que ficou em casa

¹¹ Para entender melhor o caso, veja a reportagem: “*Prefeito japonês diz que homens devem fazer compras durante a pandemia de Covid-19: ‘mulheres demoram demais’*”. Extra, 24/04/2020. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/coronavirus/prefeito-japones-diz-que-homens-devem-fazer-compras-durante-pandemia-de-covid-19-mulheres-demoram-mais-24391095.html> Acesso em 26 dez. 2020.

vestia luvas de plástico e começava a inspecionar a caça (leia-se sacolas de compras). Aos poucos ia selecionando criteriosamente frutas, legumes, raízes, tubérculos, cereais, carnes, laticínios, etc. Como se fizesse parte de uma sociedade de caçadores pré-modernos, sua ação em muito se assemelhava às esposas dos caçadores de outras épocas. Com muito cuidado, ia desinfetando pacotes, garrafas, latas, caixas e plásticos, depois do que passava a armazená-los na despensa ou geladeira. Sobre a pia estavam os vegetais que também passariam por rigorosos processos de limpeza antes de serem guardados.

Pergunta-se, então: em que época uma simples ida ao supermercado tinha envolvido tantos ritos de ablução e distanciamentos? Some-se a tudo isso o fato de serem os mesmos membros da família que precisam executar todas essas tarefas, já que, com as determinações das autoridades sanitárias, as empregadas domésticas também precisaram se manter em isolamento social, abandonando temporariamente seus postos de trabalho, afastamento esse que em muitos casos lhes custou o próprio emprego. Nos casos em que a classe média insistiu em manter seus empregados domésticos trabalhando durante a pandemia, a reprovação social foi tão expressiva que os obrigou a redirecionar seu intento, como aconteceu em Belém do Pará¹². Em outros casos, essa insistência resultou em graves tragédias, como aconteceu em Recife¹³.

Conclusão

Portanto, na impossibilidade de ir a restaurantes ou mesmo de manter seus empregados e cozinheiras, alguns setores da classe média se viram na obrigação não só de preparar seus alimentos, mas, antes de tudo, de caçá-los. Essa caça moderna que se impõem por força da pandemia, deu-se no movimento entre a casa e os supermercados, que agora passam a funcionar como principal fonte dos

¹² Para entender melhor a polêmica gerada em torno da tentativa da classe média de manter seus empregados domésticos trabalhando durante a pandemia, veja a matéria jornalística de Arthur Sandes, “*Belém vai contra o entendimento nacional e inclui domésticas como essenciais*”, publicado na revista UOL no dia 06/05/2020 Disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/05/06/belem-inclui-domesticas-entre-servicos-essenciais-durante-lockdown.htm>. Acesso em: 04 ago.2020.⁽¹¹⁾

¹³ Para uma maior compreensão do caso que envolveu a queda do filho de uma doméstica que trabalhava na casa dos seus patrões em Recife, veja a matéria de Roberta Soares intitulada “*Filho de doméstica morre após cair do 9º andar; patroa é autuada por homicídio culposo*”, publicada em 04/06/2020 Disponível em <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/filho-de-domestica-morre-apos-cair-do-9o-andar-patroa-e-autuada-por-homicidio-culposo/>. Acesso em: 04 ago.2020.⁽¹²⁾

alimentos, para onde todos parecem convergir. Acompanhando a caça, surgem ritos de profilaxia e sanitização que complexificam, ainda mais o trato com os alimentos.

Percebe-se então que não só o desenvolvimento dos gostos e das práticas, mas também o avanço das tecnologias de consumo, sofreu uma disrupção durante a pandemia. O conforto dá lugar à precaução para se manter vivo, seja por meio da caça aos alimentos ou dos cuidados para não se contaminar. É nessa perspectiva que o *gourmet* compulsoriamente se converte em caçador, ao mesmo tempo em que, para os supermercados, também é visto como caça. No conjunto do quadro, o que se verifica durante a pandemia são setores de uma classe média como metáforas do animal que, por ter permanecido muito tempo em cativeiro, perdeu o seu instinto de caçador e de repente é obrigado a se lançar novamente à caça de alimentos. Nesse sentido, a pandemia adquire forma de uma verdadeira distopia para esses setores da classe média que, tendo trazido o vírus das suas viagens ao exterior, agora vê sua existência e seus próprios gostos e comportamentos alimentares ameaçados por um inimigo tão invisível quanto letal.

Referências

- (1) Franco A. De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010
- (2) Esteve EV. O negócio da comida: quem controla nossa alimentação? São Paulo: Expressão Popular, 2017.
- (3) Certeau M. A invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- (4) Certeau M. A invenção do cotidiano. 2. Morar, cozinhar. Michel de Certeau, Luce Giard, Pierre Mayol; Trad. Ephraim F. Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- (5) Williams R. O campo e a cidade: na história e na literatura. Trad. Paulo Henrique Britto. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- (6) UOL Digital. Durante a quarentena, animais ocupam ruas de centros urbanos pelo mundo. [Acesso em 04 ago 2020]. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/album/2020/04/22/durante-quarentena-animais-saem-as-ruas-em-centros-urbanos-pelo-mundo.htm?mode=list&foto=8>.
- (7) Mauss M. Esboço de uma teoria geral da magia. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

- (8) Mauss M, Hubert H. Sobre o sacrifício. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- (9) Adams CJ. A política sexual da carne: uma teoria feminista-vegetariana. Trad. de Cristina Cupertino. São Paulo: Alaúde Editorial, 2018.
- (10) Damatta R. A casa & a rua. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- (11) Del Priore M. Ao sul do corpo: condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colônia. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- (12) Giard L. O fim de semana. *In*: Certeau M. A invenção do cotidiano. 2. Morar, cozinhar. Michel de Certeau, Luce Giard, Pierre Mayol; Trad. Ephraim F. Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- (13) Sandes A. Belém vai contra o entendimento nacional e inclui domésticas como essenciais. Revista UOL Digital. . [Acesso em 04 ago 2020]. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/05/06/belem-inclui-domesticas-entre-servicos-essenciais-durante-lockdown.htm>
- (14) Soares R. Filho de doméstica morre após cair do 9º andar; patroa é autuada por homicídio culposo. Correio 24 Horas Digital. [Acesso em 04 ago 2020] Disponível em [https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/filho-de-domestica-morre-apos-cair-do-9o-andar-patroa-e-autuada-por-homicidio-culposo/..](https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/filho-de-domestica-morre-apos-cair-do-9o-andar-patroa-e-autuada-por-homicidio-culposo/)