

Gosto se discute: a construção do gosto alimentar no contexto de uma feira livre no Nordeste do Brasil

Taste is discussing: construction of food taste in the context of an open market in northeast Brazil

Jasilaine Andrade Passos¹, Maria do Carmo Soares de Freitas², Ligia Amparo da Silva Santos³, Micheli Dantas Soares⁴

¹ Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca – ENSP/FIOCRUZ
Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública

E-mail: jasilainepassos@yahoo.com.br

^{2,3} Universidade Federal da Bahia - Escola de Nutrição

Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura – NEPAC

Email: carmofreitas@uol.com.br, ligiamparo@gmail.com

⁴ Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Centro de Ciências da Saúde

Email: michelid@ufrb.edu.br

Resumo. Este artigo apresenta uma análise dos aspectos envolvidos na construção do gosto alimentar em uma feira livre no Nordeste do Brasil. Foi realizada pesquisa bibliográfica e documental sobre os aspectos históricos das práticas alimentares da região e desenvolvido um estudo de cunho etnográfico com registro de observações sobre as práticas alimentares, além de análise das narrativas de consumidores. Foi observado que o universo da feira agrega aspectos intersubjetivos e simbólicos refletidos no gosto dos comensais. A construção do gosto está relacionada à representação que os alimentos assumem naquele universo sociocultural e no imaginário de cada sujeito. Este estudo contribuiu para construir arsenais teóricos para subsidiar ações de alimentação e saúde pública socioculturalmente contextualizadas.

Palavras-chave: Feira livre; Gosto; Preferencias alimentares; Aspectos culturais.

Abstract: This article presents an analysis of the aspects involved in the construction of food taste in a free market in northeastern Brazil. A bibliographical and documentary research on the historical aspects of the food practices of the region. Was carried out and an ethnographic study with record of observations on the alimentary practices was developed, besides analysis of the narratives of consumers. It was observed that the universe of the fair adds intersubjective and symbolic aspects reflected in the taste of subjects. The construction of the taste is related to the representation that the foods assume in that sociocultural universe and in the imaginary of each subject. This study contributed to build theoretical arsenals to subsidize socio-culturally contextualized food and political health action

Key words: Fair; Food preferences; Taste; Cultural Characteristics.

Contextos da Alimentação – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade
Vol. 6 no 2 – Julho de 2019, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2238-4200

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: revista.contextos@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

1. Introdução

A noção histórica do gosto é objeto de intensas investigações que abrangem a afirmação de identidades culinárias. É também um objeto científico de disciplinas como história e antropologia. Mas, antes disso, o gosto constitui uma atividade prática e um saber empírico (CARNEIRO, 2003). A temática do gosto também pode ser compreendida a partir de disciplinas como gastronomia, filosofia e sociologia, (Korsmeyer, 2002), bem como no campo da Nutrição e, mais recentemente, pela Neurociência (PALAZZO et al, 2019). Nesse sentido, o gosto figura como um tema interdisciplinar, mas, apesar disso, ainda tem sido objeto pouco explorado em pesquisas empíricas na contemporaneidade, ou ainda, utilizando os termos de Shapin (2013, p. 121): "a remoção das experiências de gosto das práticas de produção de conhecimento confiável do mundo e de nossos corpos tornou o gosto um órfão científico e filosófico".

Korsmeyer (2002) analisa o gosto buscando explicar como este assume lugar inferior na hierarquia dos sentidos, bem como nas investigações científicas e porque merece maior atenção enquanto objeto de estudo. A autora traz uma perspectiva tanto social quanto biológica, e direciona o olhar, especialmente, para a comida e a bebida enquanto objetos do gosto. No campo científico, os sentidos mais ligados ao corpo como o olfato, o tato e o paladar são tidos historicamente como inferiores à visão e audição. Estes últimos e, especialmente a visão, estabeleceriam maior relação com habilidades humanas mais valorizadas e ligadas ao intelecto como o conhecimento, a moral e a arte e, por isso, seriam superiores.

Michel Onfray (1999) vai de encontro a essa desvalorização do gosto e põe em evidência todos os sentidos corporais, colocando-os como fontes de prazeres imediatos que devem ser valorizados durante a vida. Alimentos como vinhos e comidas são estudados sob uma associação hedônica. Onfray (1999) salienta que o valor hedônico atribuído a uma sensação de gosto é constantemente reavaliada em relação ao contexto social e subjetivo em que o gosto é experimentado. Como exemplo, podemos citar o prazer proporcionado por determinado alimento em uma situação de fome, que tem valor hedônico diferenciado após a saciedade.

Apesar de muitas vezes ser considerado como próprio ou inato, o gosto alimentar envolve fenômenos de extrema complexidade. Tão complexos quanto os processos da linguagem (BOUTAUD, 1999). Nas escolhas alimentares estão envolvidos idiosincrasias identitárias e fatores como gênero, idade, nacionalidade, religião, grau de instrução, nível de renda, origens sociais e patrimônio cultural como um todo (FRANCO, 2001; PIRASTU e ROBINO, 2015).

Desde meados do século XVII, o significado de gosto deixou de ser exclusivamente relacionado ao sentido do paladar, campo da alimentação. Nos dicionários franceses do final do século XVII, sua significação é bem mais diversificada (PILLA, 2005). Antagonicamente, o desgosto, nas línguas latinas, apresenta-se mais relacionado ao campo semântico de termos sobre o desafeto que propriamente ao alimento.

Para Grignaffini (1998) a noção de gosto abrange pelo menos três dimensões diferentes. A primeira está ligada aos sentidos corporais juntamente com o olfato, tato, audição e visão. A segunda diz respeito ao julgamento estético. Nesse sentido, o gosto se configura como uma manifestação dos preconceitos idiosincráticos de um sujeito para com determinado objeto. A terceira, por sua vez, refere-se à dimensão social segundo a qual o gosto significa uma preferência específica de determinado grupo ou classe social. Apesar da primeira perspectiva estar especificamente relacionada ao gosto alimentar, as demais noções sobre o gosto também podem ser expressas a partir da relação com os alimentos.

Outra diferenciação metonímica do termo "gosto" é desenvolvida por Korsmeyer (2002) ao nomear gosto literal (ligado ao sabor de comidas e bebidas) e gosto estético (relacionado às questões socioculturais). Essa segunda qualidade remete à análises

feitas por Pierre Bourdieu (2015) sobre gostos de classe e estilos de vida. De acordo com este autor, o gosto é constituído socialmente e tem função importante na diferenciação social, na medida em que por meio dele formam-se estratégias de distinção, que exprimem estilos de vida e posições hierárquicas na estrutura de classe. Nessa estrutura, o *habitus* atua enquanto um conjunto de predisposições, propensões e tendências sobre o pensar, comportar-se e agir, de maneira que os membros pertencentes a uma determinada classe social se comuniquem e se reconheçam a partir de referenciais simbólicos comuns. Nesse sentido, o *habitus* é um elemento que condiciona gostos e escolhas individuais.

Ressalta-se que as respostas sensoriais sozinhas não prevêm o consumo de determinados alimentos, entretanto, as características biológicas também desempenham seus papéis na experiência sensorial (McCrickerd e Forde, 2016). Os sujeitos tem individualidades genéticas que os tornam únicos em termos de necessidades, do metabolismo e das capacidades sensoriais (PIRASTU, ROBINO, 2015). Em parte, influenciam nossas condutas alimentares, sem que o indivíduo tenha poder de escolha neste nível.

Apesar das diferenças individuais temos a impressão de falar de uma mesma linguagem sensorial, em apreciar no interior de um determinado grupo social os mesmos sabores, odores e gostos. Entretanto, *“todo alimento comporta uma conotação de prazer ou desgosto elaborada tanto a partir de dados inatos, inscritos no organismo como através de múltiplas aprendizagens que tem lugar ao longo de toda a vida”* (CHIVA, 1997 pg. 378). Nesses termos, o ser humano nasce em estado semifetal e necessita de um longo período de aprendizado, ao integrar-se no contexto sociocultural. Tal processo compreende a formação do gosto e dos hábitos alimentares, os quais são moldados cultural e socialmente (FRANCO, 2001). Diante disso, estratégias de educação nutricional e de intervenção, por exemplo, que visem melhorar o perfil alimentar da população devem considerar como resposta o prazer sensorial dos alimentos, além de uma ampla gama de variáveis demográficas e socioculturais que estão relacionadas com a formação do gosto (PIRASTU, ROBINO, 2015).

Dessa perspectiva, as respostas socioculturais e sensoriais para o gosto das comidas de uma feira no Nordeste do Brasil estão envoltas em uma série de fatores que concorrem para determinação de preferências e de hábitos alimentares. O conhecimento dessas informações pode ser utilizado como subsídio para a construção de políticas públicas em alimentação e nutrição. Nesse sentido, este trabalho teve como objetivo analisar aspectos sociais e culturais envolvidos na construção do gosto alimentar no universo sociocultural de uma feira livre.

2. Material e métodos

A estratégia metodológica desse trabalho se apoiou, inicialmente, numa investigação bibliográfica e documental sobre aspectos históricos das práticas alimentares na região do Recôncavo da Bahia, no Brasil e, especialmente, em Santo Antonio de Jesus e sua feira livre. Tais informações foram consideradas fundamentais para contextualização deste objeto de estudo. Desse modo, foi realizada uma investigação com fragmentos da historicidade sobre escolhas e acesso aos alimentos nesta na região. Ademais destas informações, somaram-se os registros da observação participante e da produção e análise de narrativas de sujeitos que vivenciam o cotidiano da feira livre.

A segunda etapa metodológica da pesquisa se configurou como um estudo de cunho etnográfico, com registro de observações sobre o comer na feira e análise das narrativas dos sujeitos entrevistados sobre significados do gosto.

As primeiras incursões em campo ocorreram nos últimos três meses de 2010. O trabalho de campo foi realizado entre janeiro e setembro de 2013. Para fundamentação metodológica desta pesquisa e aprimoramento das atividades inerentes ao exercício

etnográfico - olhar, ouvir e escrever - foi necessário aproximar-se de estudos como os de Roberto Cardoso de Oliveira (1998), Francois Laplantine (2004) e Geertz (2010).

A observação participante permitiu ver, registrar e descrever o cotidiano alimentar, as distintas maneiras de estar na feira e os objetos que mais chamaram a atenção do pesquisador. Nesse percurso de aproximação da realidade, realizou-se refeições junto aos comensais da feira em diversos dias e horários, partilhando de suas companhias e conversas, bem como estabeleceu-se contato com feirantes. A seleção dos entrevistados se deu a partir dessa aproximação.

O universo empírico das falas foi composto com a colaboração de sete entrevistados (cinco homens e duas mulheres de idades entre 22 e 67 anos). A escolaridade destes informantes variou entre ensino médio completo e analfabetismo. Os entrevistados se consideraram negros, pardos ou morenos, e quanto a ocupação, quatro são feirantes, um pequeno empresário, um babalorixá (pai de santo) e um vendedor autônomo que não trabalha na feira. Quanto à crença religiosa, referiram ser católicos, evangélicos, do candomblé e sem religião. Os sujeitos da pesquisa eram moradores da zona urbana do município Santo Antonio de Jesus, entretanto, tem suas origens rurais do mesmo município, ou circunvizinhos, sendo um entrevistado proveniente da cidade de Salvador, na Bahia, e morador de Santo Antonio de Jesus há dez anos.

Os entrevistados foram convidados a contar sobre seu percurso histórico junto à feira e suas práticas alimentares cotidianas nesse espaço. Tais informações referentes às histórias pessoais estão relacionadas a questões identitárias profundas e subjetivas sobre o gosto, e sensações associadas como: cheiro, tato e valores afetivos (CONTRERAS, 2011; HARRIS, 1999).

As entrevistas foram gravadas e transcritas registrando aspectos linguísticos e extralinguísticos (BARTHES, 2012), ademais, obteve-se o registro das observações sobre o contexto (RICOEUR, 2009; GEERTZ, 2010). Para análise das narrativas foram sistematizadas as seguintes categorias de análise: "A feira: "isso aqui é outro mundo""; "a construção do gosto: identidade como *ethos*"; "construção do gosto: sensações, sentidos e apropriação" e suas subcategorias: "Aqui sai mais churrasco e feijoada". Tais sentenças e termos foram tidos reveladores do objeto de estudo e analisados à luz de referenciais teóricos ligados à socioantropologia da alimentação.

Esta pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Escola de Nutrição da UFBA, sob parecer 07/2010, em 24 de maio de 2010, de acordo com a Resolução 196/1996 do Ministério da Saúde. Os colaboradores do estudo foram inicialmente esclarecidos sobre a natureza e objetivos da pesquisa e posteriormente decidiram pela assinatura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE). Suas identidades foram preservadas e utilizou-se nomes fictícios para fazer referência às narrativas dos sujeitos.

3. Resultados e discussão

A construção do gosto: possibilidades de produção, aquisição e acesso aos alimentos

As forças que condicionam aceitação do gosto ou a repulsa por determinados alimentos diferem de uma sociedade para outra. As pessoas utilizam, por exemplo, alimentos que a geografia lhes permite ter acesso, refletindo na identidade cultural por meio de suas preferências e aversões, identificações e discriminações. Quando imigram levam consigo esta identidade, reforçando seu sentido de pertencimento do lugar que deixaram. Assim, cria-se uma cozinha de caráter étnico (SCHLUTER, 2003). Nessa perspectiva, importa contextualizar os processos sócio-históricos envolvidos na disponibilidade de alimentos do Recôncavo da Bahia.

O Recôncavo da Bahia foi um dos primeiros espaços ocupados pelos portugueses logo que chegaram em solo americano (COSTA PINTO, 1998). Fisiograficamente, esse lugar corresponde à região localizada em torno da Baía de Todos os Santos. Para Milton Santos (1998) todo tecido urbano do Recôncavo passou a ser mais histórico que geográfico. Atualmente, essa região é compreendida politicamente enquanto um Território de Identidades (SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA, 2010), embora tal classificação seja alvo de debate nos espaços acadêmico e político em função da diversidade da região (BRANDÃO, 2007).

O perfil produtivo do município de Santo Antonio de Jesus (SAJ), situado no Recôncavo da Bahia, ainda expressa heranças do período colonial, bem como de suas possibilidades no que tange clima e solo adequados para determinados cultivos. Muitos produtos provenientes de excedentes da agricultura de subsistência são comercializados na feira livre da cidade. Além disso, o município apresenta produção comercial importante na agricultura¹ e na pecuária².

De modo geral, a feira expressa o panorama agropecuário do município, pela grande quantidade de carne bovina comercializada, bem como carne suína e de frango, além de frutas e verduras regionais. As frutas oriundas de outras regiões, geralmente, são comercializadas em uma parte específica da feira e, comumente, tem maior custo, sendo menos consumidas.

A feira: "isso aqui é outro mundo!"

A estética alimentar refere-se não apenas ao gosto ou a apresentação dos alimentos, mas também à recursos técnicos ligados ao gesto e ao rito da alimentação (CARNEIRO, 2003). Nesse sentido, as circunstâncias que rodeiam o consumo dos alimentos também interferem na experiência sensorial e construção de (des)gostos.

A feira livre de SAJ é a única do município e possui importância econômica e cultural, com mercadorias periódicas, populares, destinadas à comercialização, geralmente regionais, para o abastecimento da população urbana e rural e, ainda, dos municípios circunvizinhos. Os aspectos socioculturais revelam a força da tradição popular do comer na região. É possível observar reflexos das mudanças e permanências alimentares a partir do gosto alimentar revelado em escolhas e práticas culinárias da feira (PILLA, 2005).

Desde os últimos trinta anos, o desenvolvimento industrial, administrativo, comercial e cultural da cidade tem acompanhado o movimento global, com sua dinâmica específica. Segundo informações de feirantes, essa dinamização econômica propiciou, também, mudanças alimentares, com a introdução de alimentos sógnicos da modernização, como lanches (pastéis, coxinhas, banana real e outras frituras) e, outros alimentos que não são de origem regional como frutas e verduras provenientes de outros locais do país (ameixa, kiwi, peras, uvas, maçãs, dentre outras). De modo geral, a comercialização de alimentos industrializados não é comum nos estabelecimentos comerciais da feira.

Os processos de modernização são agregados a essas práticas ainda que se observe a predominância de um paladar arraigado de valores ligados a uma culinária própria da região, com expressivo uso de temperos. Sobre isso, Cascudo (2011) se refere à fidelidade do paladar enquanto propriedade íntima da pessoa podendo ser comparada a uma característica biológica para exprimir a dificuldade em mudar o sentido do sabor. Sidney Mintz (2001), por sua vez, assinala que os comportamentos relativos à comida podem ser os mais flexíveis e os mais arraigados entre todos os hábitos, a depender dos sujeitos e de seus contextos.

^a Principais produtos: mandioca, 27.000t; tangerina, 5.760t; laranja 5.120t; cana-de-açúcar 960t; feijão 110t; milho 96t (IBGE, 2012).

^b Bovinos 18.262 cabeças; galinhas, 8.460 cabeças; galos, frangas, frangos e pintos, 8.794 cabeças; ovinos 1.873 cabeças, suínos, 1.806 cabeças (IBGE, 2012).

Mesmo diante da emergência do processo industrial, é possível supor que em relação a dimensão agrícola tradicional as estruturas se mantêm no cenário estudado. As feiras, em geral, apresentam-se como um lugar de resistência do gosto em relação às preconizações biomédicas da alimentação saudável. Neste espaço social figura certa liberdade de comer motivada pela resistência ao formalismo das relações, à rapidez do comer contemporâneo e ao individualismo. Essa resistência dialoga com os modos de vida da feira onde se brinca, conversa, pilhereia, “espera-se o tempo passar” (consumidor da feira de SAJ). As feiras, ainda, alojam excluídos da sociedade, e que encontram neste espaço refúgio para mendigar e manter o alcoolismo; mantendo também o povo cigano como coadjuvante nas relações ali tecidas (ALMEIDA; PENA, 2011).

Os alimentos são consumidos num contexto social e afetivo que interfere nas sensações gustativas. Corroborando nesta dinâmica o modo de arrumação das mesas, a recepção dos clientes e as formas de servir refeições, movimentos que estimulam a comensalidade, pois as mesas são agrupadas de modo a acomodar grandes grupos. Os indivíduos parecem apreciar o cardápio servido, a conversa e a camaradagem, conforme sinaliza o entrevistado:

Aqui geralmente eu venho só, porém é aquela coisa: eu estou aqui sentado e de repente já estou conversando com você. Então é assim. Nunca faço minhas refeições sozinho. Sempre tem alguém. São encontros casuais. Adoro! (Vicente, 22 anos)

A feira é um não-lugar para a solidão à mesa. Independentemente de uma escolha alimentar específica, a sociabilidade em torno do comer se apresenta de forma eloquente. O comer só causa estranheza em um cenário no qual além de produtos, mercadorias, alimentos e comida, estima-se mimos e cuidados com o outro:

Ah, Zilda! Não venho mais aqui. Você não está cuidando de mim! (Comensal da feira referindo-se a uma atendente que o deixa tomando cerveja sozinho, Diário de Campo XX, 2010).

Eu gosto muito da feira, não passo um dia-de-feira sem vir aqui. Na feira a gente fica mimado, mais alegre. É uma distração. Conheço todo mundo aqui. Vejo muitos colegas. (Antonio, 67 anos)

A comida da feira é parte de uma cultura que promove o prazer de comer e o prazer à mesa. Brillat-Savarin (2017) diferencia tais expressões considerando que a primeira se refere ao atendimento às demandas corporais de saciar a fome e agradar o paladar, enquanto a segunda remete ao prazer de partilhar o alimento e o sentimento de pertencimento social. Na feira, o tilintar de talheres, conversas em alto e bom-tom, brigas e brincadeiras fazem parte da sonozização socioculturalmente harmônica em meio a qual o cardápio é apreciado.

Algumas características referentes às práticas alimentares descritas por Norberto Elias (2011), como maneiras à mesa e a representação sobre determinados alimentos, deixam claro a herança histórica dos portugueses. É comum a utilização das mãos para levar alimentos à boca. Até mesmo os utensílios utilizados fogem aos modelos modernos. Utiliza-se fogareiros à carvão, algumas vezes artesanais e dificilmente há microondas, por exemplo.

Mesmo diante dessas características singulares de resistência, o enfraquecimento comercial da feira é alvo de preocupação de alguns entrevistados. Alguns relatos exprimem esse sentimento:

Em termos de organização melhorou. Mas reduziu o fluxo de pessoas na feira por causa do aumento de mercados de bairro. Tem também a questão dos transportes, do estacionamento. Aqui na feira fica difícil estacionar. (Mas a feira não vai acabar) porque essa feira a maioria é sustentada pelo pessoal da zona rural. (Mário, 32 anos)

O João completa e faz ressalvas sobre a sobrevivência da feira:

Feira é um lugar de barganha. Se você chega no mercado, não tem direito de barganhar. Aqui você pode escolher. Quem ainda tem costume da feira – porque a feira tá perdendo um pouquinho da freguesia. A feira tá caindo. Então a gente tem fazer aquele referencial com aquele preço aqui, senão a gente não mantém a feira. E na zona rural hoje há muitos mercadinhos abrindo. Cesta básica indo pra Zona rural. Então muitas pessoas que vinham para feira já não vêm mais. Aqui da cidade poucas pessoas vêm para a feira. Se a gente dependesse hoje da cidade pra sobreviver, a gente não sobrevivia. O mercado tem facilidade de cartão de crédito. As pessoas mais conceituadas usam mais cartão de crédito. E também tem tudo ao seu alcance. (João, 33 anos)

O historiador Braudel (1998) traz uma argumentação favorável à sobrevivência das feiras registrando que se este mercado elementar se mantém através dos séculos é porque, certamente, sua simplicidade robusta é imbatível, dado ao frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das redondezas. Também por seus preços baixos, pois esse mercado elementar, onde se vende, sobretudo, “sem intermediários” seria a forma mais direta. Características também prevalentes em feiras brasileiras (ARAÚJO e RIBEIRO, 2015). Em realidade, as feiras são formas de resistência da oficialidade, modos informais de viver no meio da rua, na praça entre outros semelhantes.

Forman (1979), por seu turno, já argumentava, na década de 70, que as feiras livres tendem a desaparecer, influenciadas pela ação dos comerciantes permanentes com estabelecimentos próprios, embora, conforme o autor, a feira seja um fenômeno social e econômico viável, está compelida a ser substituída por outros valores culturais que invadem a tradição.

Considerando o estudo realizado, argumenta-se que mesmo face o enfraquecimento aludido acima, os espaços sociais de comercialização informal e comensalidade devem resistir. Ainda que assumam formas mais modernizadas, a convivialidade e contextos permissivos para liberdades e para infringir determinadas regras de controle social que se atualizam.

A construção do gosto: identidade como *ethos*

As características da feira e das pessoas que vivem e experimentam as coisas mundanas “no meio da gente” dialogam com os diversos temas do cotidiano dentre os quais o comer inevitavelmente se insere. O próprio fato de terem nascido e crescido nessa região, serem parentes, especialmente filhos de feirantes, há relação com modos de estar no mundo de forma concreta e, sem dúvidas, de se relacionarem com os alimentos. A farinha exposta no saco aberto é para ser tocada, provada, cuja textura indica a procedência e qualidade. As frutas penduradas são para serem apreciadas pelo consumidor. Tudo está ao alcance dos olhos, mãos, nariz e boca de quem passa para tocar e provar, escolher e comprar.

Os saberes e práticas desses frequentadores e comerciantes geram determinados campos de compreensão mediados por significados. Assim, os sujeitos “*inventam seu cotidiano*” (CERTEAU, 2013). E ao buscar apoio na perspectiva teórica de Pierre Bourdieu (2015), apesar de terem o *habitus* como predisposição, o mesmo é mutável, estruturante.

De modo geral, os entrevistados deste estudo são frequentadores da feira de SAJ e alguns tiveram uma aproximação com este espaço social desde a infância. A esse lugar (AUGÉ, 2007), atribui-se sentido de pertencimento e se configura como fonte de alimentos e renda para os que vão fazer-feira e para os que comercializam seus produtos. Fato que caracteriza a função social da feira desde muito, conforme suas próprias narrativas.

As experiências sobre as atividades da feira apresentam o comer como uma prática inerente a este comércio. Falar sobre as práticas alimentares, passa por uma forte ligação com suas existências pois, geralmente, se referem ao passado: "*Frequento essa feira desde que eu me entendo por gente*", ou "*desde pequenininha*". Esse contato é mediado por relações de parentesco que permanecem na feira mantendo o lugar familiar, doméstico, íntimo, biográfico. É nesse espaço da experiência de ser feirante e frequentador da feira que aprendem sobre o comer, relacionando-o à necessidade, prazer e saúde, enquanto alimentação que sustenta o corpo, o imaginário, os valores simbólicos que envolvem o corpo, o comer e a comida.

Terem sido criados e habituados a frequentar a feira, comer alimentos comercializados e/ou produzidos na feira imprime um determinado universo de possibilidades alimentares para esses indivíduos, influenciando a construção de um gosto domesticado. Assim, a comida da feira dialoga com códigos culturais da casa e da rua, enquanto categorias sociológicas descritas por Roberto DaMatta, (1997), e é referenciada pelos consumidores enquanto comida caseira, de sabor familiar ou reconhecido, valorizado por muitos indivíduos, como se observa em algumas narrativas: "*Sempre me alimentei na feira porque a gente está aqui direto, é perto. A comida é mais barata, e o tempero parece de casa (...). Comidas caseiras, muito boas!*" (José, 30 anos).

A gastro-anomia característica da modernização, dissertada por Fischler (2001), pode ser observada no cenário sociocultural, mas parece não assumir protagonismo onde refeição fora de casa não deixa de ser produzida por mãos conhecidas, nem foge a certa domesticidade e espontaneidade permitida no lar.

O conjunto de comidas disponíveis, apesar de construído historicamente, é como se, na visão dos entrevistados, compreendesse todas as possibilidades alimentares do (seu) mundo, pois, "*na feira tem de tudo. Tudo que você procurar aqui na feira você encontra. Só não tem comida japonesa*" (Vicente). Mesmo havendo opções objetivamente dadas, há um universo construído por indivíduos para dar lugar ao hábito alimentar, como confere a expressão "*tem de tudo!*" que significa o mundo cotidiano, esse lugar repleto de referências.

A experiência de comer na feira refere-se a um modo de sedimentação de saberes herdados pelo consumidor. Esta é a maneira de manter a conduta, a prática alimentar, os valores sobre o gosto, como uma tipicidade que pertence ao cotidiano dessa população. Assim, as diversas experiências dos atores sociais entrevistados conformam-se na motivação de buscar um cardápio prescrito que mantém e controla o gosto e o desejo de comer o que se reconhece como saboroso.

As experiências mostram que é necessário uma comida "*que sustente o corpo*", como se fosse esta interpretação a motivação ou referência que assegura uma realidade estável, estruturada e imaginada para a continuidade dos dias. A cultura do cardápio é um ritual que reúne e agrega pessoas. Segundo Bourdieu (2015), a cultura age como um intermédio de comunicação e, ao mesmo tempo, separa, ao ser designada como subcultura, ao ocorrer um distanciamento entre as classes sociais (BOURDIEU, 2015). Desse modo, é possível que os mesmos gostos que aproximam os consumidores da feira podem separá-los de outros grupamentos sociais.

As escolhas alimentares nesta feira não têm uma dimensão necessariamente subjetiva, mas, intersubjetiva, pois compõem o coletivo do hábito alimentar. E, apesar da existência de vários estabelecimentos comerciais, praticamente não há variedade expressiva entre os cardápios. O tempero atua como um ícone diferenciador do gosto diante de uma mesma preparação, o que é tido como variedade de sabores. Salienta-se que para um dos entrevistados, a feira de SAJ oferece apenas o "*básico*" e a comida tem um sabor "*razoável*", mas que ele aprecia, pois "*está acostumado*".

Sobre a pouca variação de cardápios, Silva (2005) chama atenção para a pouca variedade de alimentos característicos no Brasil Colonial, quando não havia meios para isso. É possível que desta tradição, tenha sido construído um receituário de poucas opções no dia-dia. Comer na feira atende a praticidade do cotidiano de quem trabalha naquelas imediações. E o gosto, o sabor da comida, depende das contingências da vida ordinária dos sujeitos e seus "*estados de espírito*". O trabalhador chega na feira com fome e tem seu prato feito, cheio, por exemplo, sente, a partir da comida, um prazer diferenciado de quem a aprecia sem a mesma urgência.

Podemos assumir que a cozinha que ali se pratica comunga o cotidiano e o modo de vida dos indivíduos que dela fazem parte e é expressiva de um patrimônio gustativo particular da cultura da feira, destacando-a como uma categoria histórica (SANTOS, 2011)

A construção do gosto: sensações, sentidos e apropriação

As feiras livres, nos diferentes lugares do mundo, são espaços ricos em manifestações culturais. Inclusive vem sendo palco de investimentos turísticos em âmbito nacional e internacional. Nesse contexto, alimentos e, especialmente, comidas comercializadas, simbolizam características identitárias do lugar.

Na perspectiva de Roberto da Matta (1988) há uma distinção entre os termos alimento e comida, segundo a qual o primeiro assume uma dimensão universal e constitui tudo que pode ser ingerido para sobrevivência dos indivíduos. A comida, por sua vez, é valorizada e socioculturalmente referenciada, definidora de caráter e identidade social.

Na feira, dentre as principais comidas comercializadas, encontra-se o tradicional prato brasileiro (feijão com arroz e carnes - boi, carneiro, frango, porco e calabresa), além de outros: dobradinha, rabada, buchada de bode e feijoada. Esta última é a preparação mais apreciada pelos comensais, mas é alvo de restrições, em virtude do excesso de gorduras, ficando seu consumo muitas vezes reservado aos finais de semana, especialmente dias de sábado, em meio aos rituais de comensalidade.

As carnes geralmente ficam expostas ao lado de cada estabelecimento comercial enquanto são assadas nas churrasqueiras - periodicamente alimentadas com carvão - por mulheres que administram os estabelecimentos. Os sacos de carvão ficam dispostos no chão, logo ao lado do fogareiro, como se ornamentassem o espaço. A fumaça, o cheiro da carne e a alta temperatura se espalham por todo o ambiente. A disposição das carnes permite aos clientes a escolha do pedaço de sua preferência. É comum os espetos serem levados até o cliente, facultando-lhe escolhas ao prato.

Nesse contexto, os recursos para escolha dos alimentos parecem não demandar, necessariamente, o conhecimento das propriedades químicas dos carboidratos, lipídeos, proteínas, vitaminas e minerais. A leitura de rótulos para que se "conheça" o alimento que será incorporado é substituída pelo uso dos sentidos. E nesse espaço evidencia-se, inclusive, a utilização do olfato, paladar e tato - sentidos físicos -, tidos historicamente como primários, conforme sinalizado por Korsmeyer, (2002), mas que nem por isso seriam menos importantes. Nesses termos, estes assumem papel fundamental nas escolhas alimentares, em que o próprio corpo atua como fonte de referenciais do gosto construído pela experiência. Salienta-se que a sensibilidade que rege as escolhas dos indivíduos (não necessariamente as escolhas alimentares), não fogem a seu caráter histórico e político ideológico. Rodrigues (1999) afirma que quando se trabalha com sensibilidades evocam-se mentalidades e ideias. Assim, a sensibilidade que temos hoje tem história e, especialmente, significação social e cultural.

Além das comidas supracitadas, outros alimentos, consumidos principalmente no café da manhã e entre as principais refeições, as chamadas "merendas" também são comercializadas, conforme esclarece uma consumidora da feira:

Para tomar no café da manhã muitas lanchonetes aqui vendem pão com queijo, com manteiga, bolo, quibe, pastel, sonho, empanada, banana-real - pra quem gosta de comer pela manhã - bolacha, café com beiju. Tem opções para você comer o que quiser. Às vezes eu como lanche, mingau, caldo de aipim, comida. (...) Eu não acho caro. A gente vai pechinchando [...] (Maria, 25 anos).

Além das estratégias econômicas que favorecem o acesso ao alimento na feira, a narrativa expressa a mesclagem entre alimentos tradicionalmente consumidos no café da manhã e os que estão sendo agregados a essa refeição.

Outra característica presente no universo sociocultural da feira é a possibilidade de acompanhar o processo produtivo dos alimentos durante as práticas do comer. Enquanto se almoça um frango assado, pode se observar o animal à espera para ser abatido, ali próximo, como parte do mesmo cenário. Campo e a cidade, produção e consumo estão presentes na feira:

Tudo é comprado aqui. As pessoas trazem do campo tudo fresco da hora, o tempero. Então a gente sabe de onde vem. Tudo orgânico. Tudo fresco! Então a qualidade da comida vai ser melhor do que os demais lugares que não tem essa facilidade. Aqui, quando falta alguma coisa, elas (as feirantes) compram aqui, compram ali. (Vicente, 22 anos)

O distanciamento do animal que é consumido, chamado por Massimo Montanari (2008) de desanimalização do comer, é uma aproximação da civilidade a partir do afastamento de tudo que remete ao selvagem, não é expressivo na feira. Os *boxs* (termos usado para fazer referência aos estabelecimentos comerciais) são expressivos de uma cozinha característica da Feira. Cozinha que dá sentido ao que se come, demarca e contrói a distinção do gosto, e confere àquele espaço um sistema alimentar complexo (MACIEL; CASTRO, 2013). Os *boxs* são como uma cozinha aberta e comunicam a rede e natureza de relações constituintes daquele contexto sociocultural. Em alguns deles o pré-preparo dos alimentos é realizado sobre mesas nas quais os comensais são servidos, e se comportam com naturalidade enquanto conversam com as cozinheiras. Nesse contexto, o comer também atua como dispositivo para paqueras, envolvimento sexual e afetivos.

No sistema de significação da feira, o papel atribuído ao churrasco é da alimentação cotidiana, sendo a comida mais característica do lugar. Quando fala-se em comida da feira de SAJ, remete-se logo ao churrasco. O termo "churrasco" é utilizado para referenciar não apenas as porções de carne, mas também seus acompanhamentos.

Churrasco e feijoada é o que eu gosto. Quando pede churrasco vem calabresa (assada), carne de porco (assada), frango (assado), Feijão tropeiro e salada. A feijoada, eu peço completa. Feijoada completa é com todos os tipos de carne - mocotó, pé de porco, toucinho - tudo de porco moqueado. Botando carne defumada inclui tudo. E vem acompanhamento. Eu mesma gosto de comer com macarrão (risos). Eu gosto de feijoada com macarrão e arroz e salada de verdura. Às vezes eu boto até maionese pra completar a gordura, para ficar mais gordinha (risos). (Vânia, 51 anos)

Apesar da "difícil digestão" a feijoada é um dos pratos preferidos dos comensais. Mesmo estando disponível diariamente em poucos *boxs* na feira, é mais comum encontrá-la nos dias de feira e, especialmente, aos sábados.

A feijoada é tida como representação oficial da miscigenação no Brasil, e reflete e uma mestiçagem de culturas, de raças, e paladares (SILVA, 2005). Flandrin e Montanari (2004, pg. 340) corroboram com essa perspectiva designando a feijoada enquanto uma "obra-secular" na qual se verifica a presença constante de todos os elementos colaborantes na cultura popular brasileira: carne de gado europeu; verduras e legumes africanos, asiáticos, ameríndios, formando uma mistura que reflete. Apesar desses aspectos identitários se fazerem relevantes nessa contextualização e estarem presentes no cotidiano dos sujeitos, os mesmos não parecem ter mérito reflexivo. Comer a feijoada tem uma conotação prática e funcional enquanto um alimento forte e, como tal, traz força para o corpo e para as relações sociais. Os contextos de conversas

também são expressivamente alimentados por “tira-gostos” e “petiscos”. São alimentos de custo baixo quando comparados à refeição que geralmente são consumidos com bebidas alcóolicas, especialmente cerveja e cachaça.

As frutas e verduras são largamente vendidas na feira, mas não são consumidas com a mesma intensidade naquele local. Os legumes e verduras nunca fizeram parte das festividades (FLANDRIN; MONTANARI, 2004). Desse modo, não desempenham o papel agregador e de sociabilidade tão demandado na política de relações e de amizade da feira. Além disso, apesar de serem tidos como alimentos saudáveis não agradam ao paladar dos comensais da feira. Muitas vezes elas atuam como coadjuvantes em algumas preparações como cozidos e saladas, consumidos timidamente.

Outras coadjuvantes, mas que nem por isso deixam de ser essenciais na comida da feira, são a farinha de mandioca e a pimenta. A farinha de mandioca é utilizada desde a preparação de alguns pratos, a exemplo de farofas, angus e feijão tropeiro, como está disponível nos centros de mesas ao lado de paliteiros e molhos de pimenta para que possa, periodicamente, garantir àquela refeição o *status* de comida. Apesar da farinha complementar o não variado cardápio da feira, quando orientados a narrar seu cotidiano alimentar, os entrevistados não citam a farinha, evidenciando que a obviedade da presença da farinha dispensa sua citação, apenas quando questionados sobre seu consumo, a farinha de mandioca é exaltada enquanto complemento fundamental na comida, conforme observa-se na narrativa:

Se não tiver farinha não é comida. Tem que ter farinha e uma pimentinha. Se a pessoa tiver sem fome e comer uma pimentinha, fica até com vontade de comer.
(Maria)

Farinha que é o forte daqui da região de Santo Antonio (João, 33 anos)

Conforme se pode observar a partir do discurso acima, além da farinha, a pimenta assume papel importante nos hábitos alimentares de comensais da feira. Isso justifica a existência de centros de mesa formados por farinheira, molho de pimenta e paliteiro. A pimenta era essencial para os indígenas e o molho de criação portuguesa (CASCUDO, 2011). Apesar de não serem o prato principal se apresentam para os comensais enquanto fundamentais para a comida. Além disso, assume valor identitário no âmbito regional.

Mesmo não tendo um sabor aguçado, a farinha modela a consistência da comida e facilita, inclusive, o “comer de mão”. O gosto pela farinha tem raízes históricas. Os registros sobre a utilização da farinha nesse território datam de cinco séculos, e continua prestigiada no crédito popular. Essa permanência constitui a imagem da suficiência, quando, sem ela, a refeição não está completa. Sem farinha a comida se torna falha. A farinha é comida de volume, comida que enche, sacia e satisfaz (CASCUDO, 2011).

4. Considerações finais

O estudo sobre aspectos que envolvem a construção do gosto alimentar na feira de SAJ demonstrou existência de matrizes históricas e culturais que dialogam com as mudanças contemporâneas. As preferências alimentares estão envolvidas com questões históricas e geográficas, bem como características socioculturais que marcam a região. Desse modo, ao mesmo tempo que se mantém a apreciação de sabores arraigados na cultura local, há também introdução de novos sabores, especialmente ligados ao processo de modernização. São alimentos que não têm, necessariamente, representação identitária na região, mas são progressivamente incorporados aos hábitos alimentares.

Contudo, a feira livre se apresenta enquanto um espaço de resistência e permite a manutenção de cardápios e sabores dificilmente encontrados em estabelecimentos comerciais impessoais como supermercados, por exemplo. Entretanto, sua

sobrevivência é alvo de preocupação de alguns feirantes, uma vez que a feira vem perdendo espaço no contexto comercial local, o que pode comprometer, a longo prazo, a diversidade alimentar e a oportunidade de inserção social dos pequenos comerciantes e agricultores da região.

O universo da feira agrega aspectos intersubjetivos e simbólicos refletidos no gosto dos comensais. Que também saboreiam a companhia, o sentimento de pertencimento social, a informalidade das brincadeiras e pilhérias em meio a degustação de churrascos e feijoadas regadas pelo café, cerveja e cachaça, por exemplo. O gosto tem essência biográfica e vai além dos sentidos corporais. Estão relacionados à representação que os alimentos assumem naquele universo sociocultural e no imaginário de cada sujeito.

Nesse sentido, ressalta-se a relevância de estudos sobre o gosto alimentar em suas dimensões macro e microsociais, bem como na esfera subjetiva, com vistas a contribuir com a compreensão da comensalidade cotidiana, configurando arsenais teóricos disponíveis para subsídios a ações em saúde.

Referências

- ALMEIDA, M.D.; PENNA, P.G.L. **Feira livre e risco de contaminação alimentar: estudo de abordagem etnográfica em Santo Amaro, Bahia**. Revista Baiana de Saúde Pública. v.35, n.1, p.110-127 jan./mar. 2011.
- AUGÉ, Marc. **Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Lisboa: Editora 90.º, 2007.
- ARAÚJO, A.M.; RIBEIRO, E.M. **Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres**. Estudos Sociedade e Agricultura, v. 26, n. 3. 2015.
- BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix; 18ª Ed. 2012.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2.ed. rev.2.reimpr. - Porto Alegre, RS: Zouk, 2015.
- BOUTAUD, J-J. **Sensory analysis: towards the semiotics of tast**. In – Advances in consumer research, vol. 26, eds. J. Arnould and Linda, M. SCOTT, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1999. Pages: 337-340.
- BRASIL. **Conselho Nacional de Saúde. Resolução 196/96. Decreto nº 93933, de janeiro de 1987. Estabelece critérios sobre pesquisa envolvendo seres humanos**. Bioética, v.4, n2. Suplemento, 1996, p.15-25.
- BRAUDEL, F. **Os jogos das trocas**. Vol. 2. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- BRILLAT-SAVARIN, J.P. **A fisiologia do gosto**. 1 Ed. São Paulo: Companhia de Mesa, 2017.
- CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. 3ª Ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2003.
- CASCUDO, L.C. **História da alimentação no Brasil**. 4ª Ed. Global: São Paulo, 2011.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes do fazer**. vol. 1. 20ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- Contextos da Alimentação – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade
Vol. 6 no 2 – Julho de 2019

CHIVA, M. **Aspectos psicológicos de las conductas alimentarias.** In _
DUPIN, H. La alimentación humana. Edicions Bellaterra, S.a. Barcelona, 1997.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura.** Tradução de Mayra Fonseca e Barbara Atie Guidalli , Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011. 495 p.

COSTA PINTO, L. A. **Recôncavo: Laboratório de uma experiência humana.** In: BRANDÃO, Maria de Azevedo (org.). Recôncavo da Bahia; sociedade e economia em transição. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado; Academia de Letras da Bahia; Universidade Federal da Bahia, 1998. Versão original publicada em 1977.

DA MATTA, R. **Sobre o simbolismo da comida no Brasil.** O Correio da Unesco. Rio de Janeiro, v. 15, n. 7, p. 22-23, 1988.

DA MATTA, R. **Sobre comidas e mulheres...** In: ____O que faz o brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DREWNOWSKI A. **Taste preferences and food intake.** Annu. Rev. Nutr. 1997.

ELIAS, N. **O Processo Civilizador: uma história dos costumes.** vol. 1. 2 Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

FLANDRIN, J.; MONTANARI, M. **História da alimentação.** Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme João de Freitas Teixeira. Ed. Estação Liberdade: São Paulo, 1998.

FISCHLER, Claude. **L'Homnivore,** Paris: Odile Jacob, 2001.

FORMAN, S. **Camponeses: Sua Participação no Brasil.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia.** Editora SENAC São Paulo: São Paulo, 2001.

GRIGNAFFINI, G. **Pour une semiotique du gout: de l'esthesie au jugement, semiotique gourmand. Du gout entre esthesie et sociabilit, nouveaux Actes semiotiques.** N 55-56, Limoges, PULIM, 1998, 29-39.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2010.

HARRIS, M. **Bueno para comer: enigmas de alimentación y cultura.** Ed. Alianza Editorial. S. A. Madrid, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - **IBGE. Cidades.** Perfil.. Disponível em <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=292870&search=bahia|santo-antonio-de-jesus>. Acesso em 27 de dezembro de 2013.

- KORSMEYER, C. **El sentido del gusto. Comida, estética y filosofía.** Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 2002.
- LAPLANTINE, F. **A descrição etnográfica.** Tradução de João Manuel Ribeiro Coelho e Sergio Coelho. São Paulo: Terceira Margem, 2004.
- MACIEL, M.E; CASTRO, H.C. **A comida boa para pensar: sobre práticas, gostos e sistemas alimentares a partir de um olhar socioantropológico.** Demetra 2013; 8(Supl.1):321-328.
- MCCRICKERD, K.; FORDE, C. G. **Sensory influences on food intake control: moving beyond palatability: Sensory influences on food intake.** Obesity Reviews, v. 17, n. 1, p. 18–29, jan. 2016.
- MINTZ, S. W. **Comida e antropologia: uma breve revisão.** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 16, n. 47, p. 31-41, outubro, 2001.
- MONTANARI, M. **Comida como cultura.** São Paulo: Editora SENAC, 2008.
- OLIVEIRA, R.C. **O trabalho antropológico.** Brasília/ São Paulo: Paralelo Quinze/Editora da Unesp, 1998.
- ONFRAY, Michel. **A razão gulosa: filosofia do gosto.** Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- PALAZZO, Carina Carlucci et al . **Gosto, sabor e paladar na experiência alimentar: reflexões conceituais.** *Interface (Botucatu)*, Botucatu , v. 23, e180078, 2019 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832019000100213&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 25 mar. 2019.
- PILLA, M. C. B. A. Gosto e deleite: construção e sentido de um menu elegante **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 53-69, 2005. Editora UFPR
- PIRASTU, N.; ROBINO, A. **Uncovering the genetic basis for food preferences: the key to personalized nutrition plans?** *Personalized Medicine*, v. 12, n. 4, p. 315–317, ago. 2015.
- RICOEUR, P. **Teoria da Interpretação: o discurso e o excesso de significação**, Lisboa, Edições.70, 2009.
- RODRIGUES, J.C. **O corpo na história.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1999.
- SANTOS, C. R. A. dos. **A comida como lugar de história: as dimensões do gosto.** *História: Questões & Debates*, Curitiba. n. 54, p. 103-124, jan./jun. 2011.
- SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** 6ªed. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SHAPIN, Steven. **A mudança nos gostos: que gosto as coisas tinham no começo da era moderna e que gosto têm agora.** *Novos estud. - CEBRAP*, São Paulo , n. 95, p. 99-121, mar. 2013 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002013000100006&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 25 mar. 2019

SCHLUTER, R.G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo. Editora: Aleph, 2003.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **Estatística dos municípios baianos**. Vol. 13. Território de identidade Recôncavo. Salvador: SEI, 2010. v. 13; 382 p.

SILVA, P.P. **Farinha, feijão e carne-seca: um tripé culinário no Brasil colonial**. Ed. Senac: São Paulo, 2005.