

Economia criativa e o comer em modos *slow* e *comfort food*: movimentos de resistência na cidade

Creative economy and eating in slow and comfort food modes: resistance movements in the city

Daniela Menezes Neiva Barcellos¹ , Lesly Fernandes dos Reis¹ ,
Victor Albuquerque Borges Quaresma Gonçalves¹ 

RESUMO

A cidade é intrinsecamente dinâmica, ampliando-se por meio de interconexões, reorganizações, desempenhos e padrões de consumo. A cidade não apenas existe, mas, acima de tudo, proporciona experiências que amalgamam subjetividades e realidades objetivas. No contexto urbano, são vivenciadas intensas ressignificações. Pode-se perceber o trânsito entre fluxos de sentido de fenômenos comunicacionais como o da comensalidade, do comer junto. Alimentação e afetos estão imbricados na cidade. Partindo dessas observações, o objetivo deste trabalho é, com o olhar a partir da economia criativa, lançar luz sobre as possíveis dissonâncias entre as ofertas do comer que se apresentam na cidade em modos *slow* e *comfort food* e a legítima busca de consumidores de um nicho politizado e engajado em pautas socioambientais e anticapitalistas. Essas temáticas se manifestam como movimentos de resistência no contexto urbano que envolve uma sociedade acelerada e produtivista. Essas buscas sobressaíram na cidade em tempo de pandemia e de rupturas, notadamente na internet. Propomos também uma reflexão sobre como o mercado se apropria dessas pautas que geram engajamento para promover o seu produto ou serviço, porém muitas vezes não sustenta sua proposta, uma vez que podem não promover percepção de valor aos que consomem. O trabalho se inscreve em uma abordagem qualitativa, sob um olhar socioantropológico, em postagens nas redes sociais e publicações online. Fez-se uma busca por temáticas relacionadas ao *comfort food* durante o período da pandemia de COVID-19.

Palavras-chave: Comensalidade. *Slow food*. *Comfort food*. Economia criativa.

ABSTRACT

The city is intrinsically dynamic, expanding through interconnections, reorganizations, performances and consumption patterns. The city not only exists, but, above all, provides experiences that amalgamate subjectivities and objective realities. In the urban context, intense resignifications are experienced. One can perceive the transit between flows of meaning of communicational phenomena such as commensality, eating together. Food and affection are intertwined in the city. Based on these observations, the objective of this work is, with a view from creative economy, to shed light on the possible dissonances between the food offerings that are presented in the city in slow and comfort food modes and the legitimate search of consumers from a politicized niche, engaged in socio-environmental and anti-capitalist agendas. These themes manifest themselves as resistance movements in the urban context that involves an accelerated and productivist society. These searches stood out in the city during a time of pandemic and disruption, notably on the internet. We also propose a reflection on how the market appropriates these guidelines

¹Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e em Alimentação, Nutrição e Saúde – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: daniela.barcellos@outlook.com

¹Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mails: leslyst@hotmail.com, victorquaresmapos@gmail.com

Recebido em: 01/06/2023. Aceito em: 30/01/2024.

that generate engagement to promote its product or service, but often does not support its proposal, since they may not promote a perception of value to those who consume it. The work is part of a qualitative approach, from a socio-anthropological perspective, in posts on social networks and online publications. A search was carried out for topics related to comfort food during the COVID-19 pandemic.

Keywords: Commensality. Slow food. Comfort food. Creative economy.

INTRODUÇÃO

A cidade é intrinsecamente dinâmica, ampliando-se por meio de interconexões, reorganizações, desempenhos e padrões de consumo. A cidade não apenas existe, mas, acima de tudo, proporciona experiências que amalgamam subjetividades e realidades objetivas. No contexto urbano, são vivenciadas intensas ressignificações. Pode-se perceber o trânsito entre fluxos de sentido de fenômenos comunicacionais como o da comensalidade, do comer junto. Alimentação e afetos estão imbricados na cidade. Nesse cenário de uma noção de cidade-experiência, as representações da comida e da comensalidade são fenômenos comunicacionais que podem ser conectados à economia criativa, abrindo espaço para novas oportunidades de negócios e expressão criativa nas redes de consumo (HOWKINS, 2002). O comer torna-se um lugar de olhar para as apropriações que, tendencialmente, circulam na cidade. Nutrindo afetos, memórias, inteligências, relações sociais, de convivência e comensalidades, o comer produz experiências individuais e coletivas. Segundo Freitas e outros autores, “cidades e comida são ainda eixos de comunicação que funcionam como ponto central para se sentir e conhecer o outro e a si mesmo, nas diferentes composições e ordenamentos das categorias sociais” (FREITAS *et al.*, 2020, p. 162).

Vale destacar que a comensalidade, o comer junto, está relacionada à cultura da mesa, estando o comensal ligado aos códigos e às convenções sociais e culturais de sua época e de seu meio. Segundo Wollz e Prado (2016, p. 39),

[...] o comensal, aquele que compartilha a mesa conosco, pode ser um amigo, um estranho ou um hóspede ocasional, que pode comer na mesma mesa mesmo sem ter sido convidado, de modo que ele pode comer ao lado de outras pessoas sem sequer trocar um sorriso ou a menor gentileza. A comensalidade, portanto, pode ser agradável e ativa quando a comida é partilhada amigavelmente e, por outro lado, pode ser passiva, desagradável e “suportável” se a pessoa ao lado não divide os mesmos códigos sociais.

Um giro pela cidade é suficiente para dimensionar experiências do comer. Nesse espaço assimétrico e de ritmo acelerado, cabem lugares que promovem vivências que renovam padrões de consumo e de engajamentos. De fato, a cidade constitui-se como um campo de disputas simbólicas, é produtora e produto de mentalidades e não mede esforços para isso.

Em um movimento que se articula com a incessante performance de seus atores e tendências, constata-se a busca pelo máximo desempenho, o que culmina na geração do que Han chama de “sociedade do cansaço”. “Como contraponto, a sociedade

do desempenho e a sociedade ativa geram um cansaço e esgotamento excessivos [...] O excesso da elevação do desempenho leva a um infarto da alma” (HAN, 2017, p. 71).

Nesse espaço acelerado ecoam muitas narrativas que fazem parte da construção do “novo”, no que se refere às sensibilidades do comer. Edições e idealizações entrecruzam-se nos imaginários das urbes entre práticas de alimentação que evocam experiências do comer. É necessário pensar sobre estes processos de edições e ressignificações. Para Baccega (1994, p. 9), precisamos “ser informados sobre a construção e edição desse ‘mundo de representações’. Desse modo, ao ‘receber’ os produtos culturais, sua percepção será diferenciada, possibilitando uma leitura mais adequada do mundo”. Esse aprendizado que considera a complexidade da linguagem capacita o indivíduo a reconfigurar as experiências circulantes, afinal é ele que reedita e consome as narrativas midiáticas. Processos de educação e de comunicação compartilhando um solo teórico e prático, dimensão que se aproxima das reflexões de Freire (1987, p. 58) sobre práxis que, “sendo reflexão e ação verdadeiramente transformadora da realidade, é fonte de conhecimento reflexivo e criação”.

E o que as experiências do comer na cidade comunicam? Como a comida pode cuidar de si e do outro para sobrevivência nesta sociedade do desempenho? Buscou-se neste trabalho fortalecer a discussão ampliada dos elementos simbólicos socioantropológicos presentes na comida e na comensalidade a partir de uma perspectiva multicultural. Afinal, comida é linguagem, é comunicação, é troca simbólica. A comida é um dos convites de congregação, de acolhimento, partilha de ideias, valores, tradições, de comemoração. Constitui-se, em muitas culturas e civilizações, como um lugar de experiências do humano e de humanização em amplas e diversas dimensões.

A comida fixa raízes profundas na cultura e na civilização e está ligada, profundamente, à constituição dos laços mais elementares entre os indivíduos, criando conexões plurais. Como cita Maffesoli (2004, p. 49), “há uma pluralidade de mundos, uma pluralidade de apreciações e sensações”. Partindo dessas observações, o objetivo deste trabalho é, com o olhar a partir da economia criativa, lançar luz sobre as possíveis dissonâncias entre as ofertas dos modos de comer *slow* e *comfort food* que são apresentadas na cidade e a legítima busca que o consumidor de um nicho politizado e engajado em pautas socioambientais e anticapitalistas priorizam e que se traduzem como movimentos de resistência na cidade, em um contexto que envolve uma sociedade acelerada e produtivista. A análise que buscamos desenvolver neste artigo é fruto de estudo realizado em 2021 sobre experiências do comer em modos *slow* e *comfort food*, como movimentos de resistência na cidade¹.

O trabalho se inscreve em uma abordagem qualitativa sob um olhar socioantropológico e tem a intenção de provocar reflexão sobre o que se oferta e o que representam esses modos de comer *slow* e *comfort food* com base em conceitos que despertam sensibilidades, compartilhadas por movimentos com lógicas com as quais possuem aproximações, como por exemplo o *slow fashion*, ou moda lenta (FLETCHER,

1 Este estudo foi apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, no 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em outubro de 2021, e é derivado da disciplina Narrativa, Experiência e Cidade, ministrada pelo Prof. Ricardo Freitas/PPGCom/Uerj.

2010). Para investigar essas articulações, utiliza-se neste trabalho, entre outros, estudos de Félix Guattari, Michel Foucault, Paulo Freire, Ricardo Freitas e Luisa Ferreira da Silva, principalmente em relação à cidade, experiências, subjetivações e comensalidade.

O QUE É O MOVIMENTO *SLOW FOOD*?

A comida envolve muitas dimensões da vida, é um dos elementos principais que moldam nossa identidade e nossas relações com o mundo. A comida é conexão com o território e a natureza. Ela é memória e afeto, é história e patrimônio; permeia todas as culturas e muitos rituais, além de definir relações econômicas, sociais e políticas. (MOVIMENTO SLOW FOOD BRASIL, 2020)²

Segundo Andrews (2008), o *slow food* já havia dado os seus primeiros passos na década de 1970, quando um de seus fundadores, Carlos Petrini, elegeu-se vereador na região italiana do Piemonte. Ali, incentivava os jovens de esquerda a se mobilizarem a favor da identidade cultural regional e da gastronomia nacional. O *slow food*, no entanto, foi um movimento que teve o seu marco histórico em 1989, quando organizou-se uma manifestação contra a abertura do primeiro restaurante da rede McDonald's em Roma. A partir daí o movimento ganhou força e, em 10 de dezembro desse mesmo ano, foi lançada, em Paris, a Associação Internacional Slow Food, representada por membros de dezoito países.

De forma específica, o *slow food* tem como lema o alimento bom, limpo e justo³ para todos e isso compreende uma série de mudanças nas bases do que hoje se encontra estabelecido, sendo a maior delas a desaceleração do modo de comer e viver. Isso envolve o fazer diferente no tocante à política, economia, modos de produção, sustentabilidade e valorização da cultura alimentar local. Além disso, por meio de projetos que promovam a dignidade dos trabalhadores e o respeito à natureza, valoriza os saberes das culturas tradicionais, a diversidade local e as inovações sociais (MOVIMENTO SLOW FOOD BRASIL, 2020)⁴. Esse movimento busca criar conexões e parcerias entre pessoas, sejam elas as que comem, as que plantam ou as que produzem o alimento.

O movimento preza pela empatia e pelo coletivo e entende que comer é também um ato político, já que quando fazemos as nossas escolhas relacionadas seja à alimentação ou ao modo de existir, estamos tendo, ou pelo menos deveríamos ter, a consciência de todo o processo envolvido. A proposta aqui, então, é que todo o processo acerca da alimentação se apresente de modo transparente desde a produção e valorização do pequeno produtor, o respeito à natureza por meio da busca pela sustentabilidade e o consumo de alimentos sazonais até o respeito às tradições gastronômicas locais e a valorização da história do povo. Para divulgar os pilares sobre os quais o movimento foi construído, a organização criou seu manifesto⁵ com as práticas que considera fundamentais para o estabelecimento do que se propõe.

2 Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento>. Acesso em: 30 jul. 2021.

3 Informação coletada em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento>. Acesso em: 12 fev. 2021.

4 Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento>. Acesso em: 6 fev. 2021.

5 Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento>. Acesso em: 6 fev. 2021.

Sob uma perspectiva mais abrangente, o movimento *slow* foi um ato de resistência que se desdobrou para além da questão dos modos de comer e coloca em xeque a forma e os meios pelos quais o capitalismo contemporâneo atua, forçando-nos a viver uma vida fragmentada diante da velocidade das informações, das demandas e das multitarefas que precisamos responder com a finalidade de nos manter produtivos e, portanto, competitivos. O retrato da sociedade deprimida com seus laços sociais rompidos. “O sujeito do desempenho pós-moderno, que dispõe de uma quantidade exagerada de opções, não é capaz de estabelecer ligações intensas. Na depressão, todas as ligações e relacionamentos se rompem, também a ligação para consigo mesmo” (HAN, 2017, p. 92).

Não à toa o movimento *slow food* é uma resistência ao modo de vida condicionado à aceleração, à velocidade e fluidez das relações, ao individualismo e a toda a estratégia utilizada pelo capitalismo com o propósito de se apropriar não mais da materialidade na produção e no consumo, mas de capturar o nosso tempo. O *slow food*, portanto, defende a comensalidade, a calma do comer e o compartilhamento do alimento e dos afetos. As cidades nos permitem viver em modo *slow*?

DO SLOW FOOD À CIDADE CAPITALISTA ACELERADA

Encontra-se aqui um movimento disruptivo que busca frear a vida apressada e promover uma nova consciência que mergulha em novos códigos, regras, valores, representações e uma rede de consumos permeada pelo ingrediente das experiências sensíveis que nos afetam.

Somos de fato afetados o tempo todo por volumes, cores, imagens e sons, assim como por narrativas e aforismos. O sensível é esse rumor de fundo persistente que nos compele a alguma coisa sem que nele possamos separar real de imaginário, sem que possamos, portanto, recorrer a estruturas e leis para definir a unidade do mundo, porque aí o que predomina é a deriva contínua de uma forma, melhor dito, de uma maneira. (SODRÉ, 2016, p. 219)

Considerando-se que acelerar representa uma das estratégias produzidas pelo capitalismo para perpetuar-se como sistema dominante, propõe-se, a partir deste ponto, analisar como ele produz suas subjetividades.

Guattari entende que o capitalismo, ao qual, no cenário contemporâneo, chamou de Capitalismo Mundial Integrado (CMI), produz subjetividades em escala industrial, maquínica e que a lógica do sistema é controlar o sujeito a partir da articulação de sua existência. “O capitalismo se apodera dos seres humanos por dentro” (GUATTARI, 1977, p. 205), sendo assim, por meio dos agenciamentos, o sujeito passa a entender e existir no mundo de forma controlada e massificada. O produto do capitalismo, portanto, é construir subjetividades. Sua lógica é descentrar-se da produção de bens e serviços e centrar-se na produção de signos, signos esses que, entrelaçados e em constante transformação, moldem uma forma de existência.

Entendido de que forma se dá o processo colocado acima, propõe-se agora focar em um fato determinante para o sucesso do capitalismo, qual seja, o fato de se apropriar de outras subjetividades que escapem aos modelos dominantes construídos por ele. Como já citado, o sistema capitalista é plástico, é permissivo e, portanto,

aceita que processos de singularidades destoantes coexistam, já que esses podem ser potencialmente úteis e também podem alimentá-lo. E qual seria a estratégia para tornar essas linhas de fuga um potencial para o capitalismo? O conceito de territorialização/reterritorialização, construído por Deleuze e Guattari, explica, em parte, de que forma pode ser utilizado como estratégia.

O território é sinônimo de apropriação, de subjetivação fechada sobre si mesma. Ele é o conjunto de projetos e representações nos quais vai desembocar, pragmaticamente, toda série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos. (GUATTARI; RONILK, 2010, p. 388)

Ao mesmo tempo que esses territórios são representados por esse conjunto de projetos e, de modo geral, uma maneira de existir, ele também não existe sem que haja um vetor de saída, o que abre sempre a possibilidade de um escape, uma linha de fuga, ou seja, a desterritorialização. Por outro lado, não existe desterritorialização sem o esforço para se reterritorializar em outra parte. Voltando aqui à ideia de que o capitalismo permite que linhas de fuga ocorram, entende-se que a lógica da territorialização e reterritorialização é posta em prática por ele de forma efetiva. Esse processo de apropriação ocorre constantemente e é possível identificá-lo nos próprios movimentos que surgem a cada dia buscando ser alternativas para a forma de existir e de comer nas grandes cidades. Retomando a ideia de que o capitalismo é plástico e molda-se às singularidades, promovendo experiências que se aproximam de movimentos destoantes, e unindo à noção de que o *slow food* preza pelo compartilhamento do alimento e do afeto, torna-se pertinente refletir sobre as iniciativas que dialogam com o *slow food*.

Buscou-se algumas ações que ressoam na cidade a partir das mídias no ambiente digital e que remetem ao afeto nos modos de comer, contrapondo a lógica opressiva de consumo do saudável que entende saúde simplesmente como ausência de doenças.

Tomando-se a questão complexa da alimentação, ressignificada de aspectos sociais, culturais e nas práticas alimentares cotidianamente, muitas vezes dominadas pelas lógicas opressivas de consumos do comer saudável, a disseminação de conteúdos por meio das novas tecnologias de comunicação é um fenômeno. Sem lugar a dúvidas, estamos ante um campo de embates que se relaciona com a multiplicidade dos meios e suas mensagens, complementando-se e promovendo arranjos simbólicos e materialidades de toda ordem. (BARBOSA *et al.*, 2020, p. 221)

O comer saudável vai além da ingestão dos nutrientes e incorpora dimensões plurais simbólicas que transitam nas relações entre as pessoas e as afetam. A alimentação é identificada “como ato social inscrito numa lógica subjetiva, imbuída de simbolismos que integram outros valores para além do da saúde biológica de racionalidade científico-médica” (SILVA, 2013, p. 63).

Portanto, nesse cenário de experiências circulantes sobre o comer que promovem engajamento afetivo, notadamente na internet (redes sociais e publicações

online), durante o período de pandemia de COVID-19, fez-se uma busca por temáticas relacionadas ao afeto e ao conforto promovidos pelo alimento. Encontraram-se informações de todos os tipos e as que se relacionaram ao *comfort food*, que serão apresentadas a seguir, foram elencadas para ilustrar as reflexões deste estudo. A exemplo, na rede social Instagram foi possível encontrar, por meio da hashtag *comfort food* (*#comfortfood*), mais de nove milhões de representações.

A hashtag é o nome que dá realce aos significados marcados pelo sinal gráfico “#” que precede palavras escolhidas pelo usuário e também um hiperlink. As hashtags classificam e dão reconhecimento às representações do senso comum: um código de reconhecimento social de elementos que se constituem como realidade comum aos envolvidos no processo comunicacional. A partir da interação entre usuários das redes, no decurso da comunicação e cooperação, a hashtag viabiliza a comunicação, reforçando ideias comuns que advêm tanto das informações científicas, quanto da ideologia cultural e da experiência prática dos sujeitos. (GLORIA *et al.*, 2021, p. 640)

Constata-se a abrangência de espaços subjetivos de exposição de imagens e mensagens de modos de comer que afetam as pessoas, produzindo efeitos de opinião pública. As agregações suscitadas pela Internet, que se constitui como uma rede de comunicação global (CASTELLS, 2009), configuram espaços reais de socialização (BACCEGA, 2009) que podem causar efeitos tanto “educadores” quanto “devastadores”. É precisamente esta questão que deve ser pensada sobre os movimentos que transitam com força e vigor em nosso cotidiano urbano contemporâneo.

O QUE A CIDADE NOS OFERECE EM MODO COMFORT FOOD?

O conceito *Comfort food* ou comida de conforto surgiu como termo gastronômico na década de 90 e atribui à alimentação um papel que vai além do seu valor nutricional, assumindo a capacidade de despertar emoções e memórias afetivas ligadas a sabores, aromas, locais, acontecimentos sociais e pessoas significativas. A relação emocional estabelece-se não com o alimento em concreto mas sim com tudo o que ele representa e significa. (SOUSA *et al.*, 2018)

Como citado acima, o termo já era utilizado na gastronomia desde a década de 1990; entretanto, em tempos de pandemia e conseqüente isolamento social, o significado da comida de conforto ganhou novas dimensões e fez surgir uma demanda mais intensa acerca desse tipo de experiência. “O que se come ou se deixa de comer reflete os usos simbólicos de cada alimento que integra nossas escolhas culturais e nosso estilo de vida específico em centros urbanos. Necessidades biológicas e hábitos culturais se retroalimentam neste processo” (FREITAS *et al.*, 2020, p. 160).

Uma matéria publicada em setembro de 2020 pela revista *Versatille*⁶, especializada em tendências relacionadas à arte, cultura e gastronomia, explica o *comfort food* como o poder acolhedor da comida com apelo afetivo, que busca remeter às sensações de conforto e à memória afetiva e que é preparada com alimentos que

6 Disponível em: <https://versatille.com/tag/comfort-food>. Acesso em: 08 jul. 2021.

estimulam a produção de serotonina, neurotransmissor relacionado à sensação de felicidade. Esse modo de comer ganhou ainda mais força durante a pandemia.

Quando passamos por momentos turbulentos, às vezes causados apenas pela rotina corrida, é normal buscar alternativas de escape para aliviar o estresse. Por vezes, pode ser em uma conversa com um amigo, exercícios físicos, maratona de séries. Mas com o isolamento social, uma alternativa que acabou ganhando destaque é o acolhimento por meio do *Comfort food*. (TORQUATO, 2020)

A ideia da economia criativa tem sido uma alternativa para articular setores como economia, cultura e a sociedade. Para De Marchi (2013, p. 3),

Nos últimos anos, a ideia de economia criativa tem sido adotada por diversos governos e organizações internacionais como diretriz de políticas públicas para os setores de Comunicação e cultura. Implícita em seu conceito está uma perspectiva que rearticula a relação entre cultura, economia e sociedade. Partindo do princípio de que a criatividade tornou-se a chave para a promoção de um novo desenvolvimento, socialmente inclusivo, ecologicamente sustentável e economicamente sustentado, propõe-se fomentar diferentes setores produtivos que possuem como denominador comum a capacidade de gerar inovação a partir de um saber local, agregar valor simbólico a bens e serviços, além de gerar e explorar direitos de propriedade intelectual.

Com base na proposta da economia criativa como uma política que integra cultura e economia e que tem a criatividade como o principal viés para o desenvolvimento socioeconômico, a gastronomia entra como um setor promissor. Logo, unir a gastronomia à economia criativa e a partir dela promover experiências que envolvem pautas importantes como “comida ética”, “comida lenta” e comida que conforta” gera engajamento de certo nicho de consumidores, já que apontam para políticas socioambientais e anticapitalistas.

Muitos restaurantes, apostando nessa demanda imposta pela pandemia, têm usado a *#comfortfood* em suas postagens nas redes sociais para engajar esse público que busca experiências de conforto e acolhimento por meio da comida. A exemplo, o Mocotó Café, restaurante tradicional da capital paulista, comandado pelo chef Rodrigo Mocotó, publicou no Instagram, em julho de 2021, um dos pratos do cardápio com essa hashtag. No texto, também foi utilizada a frase “essa é aquela comidinha que conforta⁷”.

Outro restaurante que segue a linha do *comfort food* é o Balcone, especializado em comida italiana e também na cidade de São Paulo. Em outubro de 2020, a revista *Vogue*, em uma matéria sobre gastronomia, elencou sete restaurantes inaugurados naquele ano para serem visitados pelos leitores. O Balcone foi apresentado como “a novidade italiana *comfort food* que oferece um menu simples e que abraça logo na primeira garfada⁸”.

7 Disponível em: https://www.instagram.com/p/CR3luJElyFK/?utm_medium=share_sheet. Acesso em: 29 jul. 2021.

8 Disponível em: <https://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2020/10/7-restaurantes-que-inauguraram-em-2020-para-conhecer-ja.html>. Acesso em: 29 jul. 2021.

Em agosto de 2020, a revista *Claudia* publicou “10 receitas de comida afetiva que valem por um abraço” e exalta o fato de que “além de nutrir, algumas preparações simples e clássicas podem despertar conforto, bem-estar e boas lembranças⁹”. Trata-se de mostrar que o *comfort food* ganhou novos contornos face à necessidade de cozinhar em casa colocada pela pandemia. Esse contexto fez com que muitas pessoas pudessem resgatar ou descobrir o prazer de preparar a refeição para partilhar experiências. Muitos restaurantes aproveitaram essa demanda para oferecer kits com ingredientes já pré-preparados e de fácil execução, como o caso do chef Rafa Costa, proprietário do restaurante carioca Lasai, que elaborou o “Menu Lasai¹⁰”. A ideia foi montar uma caixa com todos os ingredientes necessários para produzir um menu com entrada, prato principal e sobremesa. A iniciativa foi divulgada em uma postagem no perfil do restaurante no Instagram (@restaurantelasai), em junho de 2020. Assim, produziu-se não apenas uma caixa com ingredientes para o preparo de uma refeição, mas a materialização da experiência de cozinhar. O grau de personalização, contrário ao grau de impessoalidade, confere um nível de acolhimento e de identidade que se liga à dimensão simbólica e transmuta o alimento para o nível do saudável. “A comida caseira é percebida como mais saudável, não pelos ingredientes com que é feita, mas pelo esforço e carinho que é posto na sua produção [...] É a função socializadora da cozinha que dá identidade aos alimentos” (SILVA, 2013, p. 59).

Considerando-se que na contemporaneidade o ativismo alimentar ganha proporções cada vez maiores e, considerando-se também que esse fenômeno se tornou um nicho promissor para o empreendedorismo, observamos sua presença nas narrativas em que se pretende ofertar tais modos de comer. Inspirados por conceitos de economia criativa, refletimos sobre as narrativas do comer na cidade que se aproximam do *slow* e *comfort food* e se estão alinhadas com as ideias originais desses movimentos. Conforme comenta Azevedo (2017, p. 296),

O ativismo alimentar surge como um guarda-chuva interdisciplinar que abriga diferentes movimentos e discussões de amplo alcance nas sociedades, nos quais a comida aparece como elemento transversal, como a Agroecologia e a Agricultura Familiar; o movimento de Segurança Alimentar e Nutricional; a Agricultura Orgânica e outros sistemas agroalimentares sustentáveis (Permacultura, Agriculturas Biodinâmica, Natural, Ecológica); o Comércio Justo (Fair Trade); o Slow Food; o Locavorismo; o Vegetarianismo; o Veganismo; o Freeganismo, entre os mais conhecidos.

Como se pode constatar por meio dos exemplos apresentados, oferece-se ora uma atmosfera afetiva, ora ativista, para servir como um escudo, em um movimento de resistência contra a aceleração, o isolamento, o adoecimento e a precarização das condições de vida igualmente visíveis nas grandes cidades. Uma seara de experiências é rapidamente disseminada e, nesse sentido, muitas de suas direções aproximam-se do cuidado consigo, com o próximo e com a sociedade, conforme rege o *comfort food*, abraçado pela filosofia do *slow food*.

9 Disponível em: <https://revistacasaedjardim.globo.com/Casa-e-Comida/Receitas/noticia/2020/08/comfort-food-10-receitas-de-comida-afetiva-que-valem-por-um-abraco.html>. Acesso em: 29 jul. 2021.

10 Disponível em: https://www.instagram.com/p/CCD6oFPAl31/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 29 jul. 2021.

O CUIDADO DE SI E A BUSCA PELA FELICIDADE

Ao voltar o olhar para os engajamentos propostos pelo *slow food*, nota-se narrativas de poder que sustentam redes de consumo. “Quanto mais poderoso for o poder, mais silenciosamente ele atuará” (HAN, 2019, p. 9). Daí o interesse em aliar a filosofia *slow* e *comfort* aos modos do comer que repercutem sensibilidades e tomam o espaço urbano e as mídias em modo acelerado para alcançar a condição de felicidade, não pela coerção, e sim pela sedução.

O capitalismo impulsiona a busca pela felicidade por meio do alcance de coisas e isso acaba retirando as pessoas do foco do que é a busca pela “arte da existência”¹¹ (FOUCAULT, 1985, p. 50), que é a busca pelo conhecimento, pela filosofia, pelo trabalho da memória para alcançar a verdade. A busca pela verdade já era ensinada antes de Cristo, por Sócrates e outros pensadores. Foucault, dois mil anos depois, nos apresenta o que denominou como “cuidado de si”, que é a busca do conhecimento. Nesse contexto, é um convite para observar as diversas narrativas sejam *slow*, *comfort* ou outras e perceber o melhor caminho para cuidar de encontrar a verdade que se dá pela jornada do conhecimento. É um convite a libertar-se do jugo de uma ou mais histórias e, a partir daí, fazer suas escolhas genuínas. O termo alcunhado por Foucault advém dos gregos: “ocupar-se consigo mesmo (*heautou epimeleisthai*)”. O filósofo francês retoma o pensamento grego para apreender o conceito. Assim, cita Sócrates para afirmar ao soberano que ainda não aprendeu o que é “necessário saber para governar: deve primeiro, ocupar-se de si próprio” (FOUCAULT, 1985, p. 49).

O cuidado de si pode ser um problema para o sistema capitalista ao enfrentá-lo pelo conhecimento, pois passa por questões como a autonomia para o indivíduo realizar suas escolhas, por meio de uma reflexão crítica que busca perceber e transformar o mundo. Segundo as reflexões de Freire (1996, p. 18), é preciso possibilitar a construção de um cidadão autônomo em que “através da reflexão sobre a prática, a curiosidade ingênua, percebendo-se como tal, se vá tornando crítica”. Assim, para o autor, “quanto mais criticamente se exerça a capacidade de aprender tanto mais se constrói e desenvolve o que venho chamando ‘curiosidade epistemológica’, sem a qual não alcançamos o conhecimento cabal do objeto” (FREIRE, 1996, p. 13).

Se, na verdade, não estou no mundo para simplesmente a ele me adaptar, mas para transformá-lo; se não é possível mudá-lo sem um certo sonho ou projeto de mundo, devo usar toda possibilidade que tenha para não apenas falar de minha utopia, mas participar de práticas com ela coerentes. (FREIRE, 2000, p. 33)

Uma consciência crítica pode ser capaz de conduzir aos processos de transformação da atual realidade pautada em desejar, comprar e descartar e, no caso da comida, de chegar ao ponto de *Super Size Me*¹², isto é, de comer exageradamente.

11 O texto ganha aspas e apóstrofo porque assim está no texto, o próprio Foucault utilizou aspas para apresentar o conceito de si como “arte da existência” e como estamos citando o trecho.

12 A referência é a um documentário independente de Morgan Spurlock, “Super Size me: A Dieta do Palhaço” que faz referência ao Ronald McDonald’s e que, durante um mês, o diretor se alimentou apenas dos “Mc produtos”, o que lhe garantiu aumento de peso e piora em suas taxas médicas.

Isso fica nítido em ações promocionais, como “refil grátis” e “quer o dobro de batata?”, em um sistema que oferece mais ao cliente, faturando, obviamente, também mais e favorecendo o desperdício.

Essa busca obsessiva é estrategicamente programada para dar conta de um movimento contínuo de produção de desejos, necessidades, consumo e conseqüente descarte para imediatamente suscitar novos desejos, necessidades, consumo e, nesta consciência, os indivíduos sentem-se impelidos a embarcar na aventura de buscar a felicidade. (BARCELLOS, 2016, p. 39)

Na visão grega, o conceito sobre esse cuidado passava, também, pelo uso racional dos bens ou, ainda, o uso somente do mínimo necessário. Em outras palavras, sem excessos ou sem luxos, pois Foucault, inspirado no pensamento de Sócrates, faz lembrar que os homens “devem cuidar, não de suas riquezas, nem de sua honra, mas deles próprios e de sua própria alma” (FOUCAULT, 1985, p. 50).

“Conhece-te a ti mesmo”, da Antiguidade, e que ganhou força como pensamento, precisa ser mais conjugado ao cuidar-se de si mesmo e, aparentemente, nesse processo, o cuidado de si poderá permitir até mesmo conhecer-se mais, já que se fala de vontades. Na verdade, a vontade, ou melhor, a intenção do indivíduo pelos cuidados de si, como bem apontavam os gregos, é a busca pela felicidade. Esse conhecimento pela verdade (a-lethéia¹³) vai levar ao cuidado da alma, ao conhecimento da filosofia.

Na visão de Bauman sobre a utopia no mundo líquido moderno, a certeza e a permanência estão na busca constante para alcançar a condição de felicidade. “A ideia singular de destituir a incerteza de seu poder incapacitante, ao mesmo tempo transformando a felicidade numa condição segura e permanente (mediante a contínua e ininterrupta variação do próprio self, por meio da mudança de costumes), é hoje a própria encarnação da utopia” (BAUMAN, 2013, p. 29). Como descreve o autor, o objetivo de uma vida na utopia é a busca pela felicidade. Entende-se que essa felicidade é a redenção dos males, o ressarcimento das dívidas ético-morais e a reumanização das relações sociais que se dão, inclusive, nos modos de comer.

As múltiplas significações do comer se impõem, resistem e constituem-se também como modos de resistência frente à aceleração da vida contemporânea. Ao final, o impacto de uma rede de consumos em torno da felicidade ressoa na sociedade do desempenho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em conta que nos dias atuais, o engajamento no ativismo alimentar está se expandindo e, ao mesmo tempo, reconhecendo que esse fenômeno emergiu como um campo promissor para iniciativas empreendedoras, o objetivo deste trabalho foi, com o olhar a partir da economia criativa, lançar luz sobre as possíveis dissonâncias entre as ofertas do comer que se apresentam na cidade em modos *slow* e *comfort food* e a legítima busca por consumidores de um nicho politizado e engajado em pautas socioambientais e anticapitalistas. Essas temáticas se manifestam

13 Sem véu... os véus que vão sendo soltos etc. e vão desvelando a verdade. *Alethéia*, desvelamento.

como movimentos de resistência no contexto urbano que envolve uma sociedade acelerada e produtivista. Entre experiências circulantes sobre o comer que promovem engajamento afetivo e político e pautado também em questões que envolvem sustentabilidade e políticas anticapitalistas que dialogam com o *slow*, elencou-se o *comfort food* para este estudo.

Estas iniciativas são entendidas como partes de um processo de fazer diferente e de resistência, assim, encontram-se em um território de subjetivação considerado um escape; escape esse a ser ressignificado pelo capitalismo continuamente e apropriado de modos criativos por uma rede potente de consumos..

Embora a definição do que é ou não *comfort food* para um indivíduo dependa de conteúdos subjetivos ligados diretamente à sua história pessoal, é possível perceber constâncias de critérios e também de iguarias em grupos sociais cujos os integrantes tenham experimentado referências socioeconômicas e culturais semelhantes. E isto não tem passado despercebido pela indústria alimentar e pelo mercado de alimentação fora do lar, que incorporam expressões como “da vovó”, “caseiro” e “tradicional” em vários de seus produtos e em seus discursos de marketing. (GIMENES-MINASSE, 2016, p. 100)

É utópica, também, a questão das sensibilidades que buscam, na cidade, alternativas para atender suas demandas afetivas que não podem ser supridas apenas pela comida, como propõe o *comfort food*, porque envolvem outros valores que prezam pelo cuidado de si e que são estruturantes da vida. Remetendo à sociedade deprimida com seus laços sociais rompidos, fragilizada e, neste momento, somando os impactos que foram impostos pela pandemia, as pessoas buscam no *comfort food* uma compensação para suprir essas demandas geradas nessa época de velocidade, de mais e mais e, por fim, o esgotamento.

A “força” da máquina capitalista induz o indivíduo a produzir o tempo todo. Nesta lógica da produtividade, férias e descanso semanal remunerados ou simplesmente a pausa para comer não cabem, confortavelmente, nesse padrão produtivista. As empresas só concedem esse direito por força da lei. E se fosse possível, o trabalhador não faria sequer a pausa para se alimentar. Alimentos reconfortantes dariam conta de suprir a demanda afetiva necessária para existir numa sociedade que impõe um ritmo tão acelerado? Numa sociedade subordinada ao imperativo da produtividade e do desempenho, não cabem os escapes para pausas, numa tendência de otimização do tempo em que todo espaço deve ser preenchido por tarefas. Sem pausas para pensar e refletir criticamente. Os escapes e os descansos são significados, usualmente, como lugares de fuga.

Entre tantas experiências do comer oferecidas na cidade e, lançando sobre elas um olhar crítico acerca dos modos de comer, nota-se que seguem o mesmo padrão de produtividade e estratégias de sedução para atingir grupos específicos, promovendo experiências de pertencimento a partir das diversas dimensões que a comida pode suscitar. Múltiplos sentidos e significados dados à comida são construídos para orientar estilos de vida e projetos de felicidade, abrindo, assim, a possibilidade para que o indivíduo faça a sua escolha, porém pautada pelos engajamentos afetivo e digital que marcam o contexto desta época.

Ainda que se entenda como movimentos de resistência, não se pode dizer que as experiências que buscam o prazer do comer pelo comer não sejam genuínas e válidas, mas precisam ser feitas com a consciência e com a leitura crítica do mundo, valorizando as experiências pessoais e subjetivas de pensar e de sentir. Os modos de comer não são um fim em si mesmo, mas representam pequenas resistências em busca de transformar uma realidade estabelecida e opressora. As pausas para resgates das subjetividades das memórias afetivas, como por exemplo, sugerem os modos *slow* e *comfort*, podem ser formas de resistir à aceleração. E reconhecer e perceber as sutilezas da construção e edição dessas experiências são também formas de resistência à subordinação da sociedade produtivista, afinal como cita Freire (1996, p. 41), “ninguém é sujeito da autonomia de ninguém”. O debate crítico sobre os modos de comer não pode ser esvaziado pela lógica capitalista e os momentos de escapes também podem ser entendidos como cuidados, descansos, pausas, e não fugas na rotina acelerada contemporânea.

Nesse contexto de forças contrárias que se instalam na sociedade contemporânea, entre o sistema estabelecido e as singularidades, busca-se responder a seguinte pergunta: a partir das experiências dos modos de comer que são ofertados é possível o sujeito viver de acordo com uma filosofia de resistência aos modos de existir e comer dentro da metrópole? Nossa percepção é de que há uma grande lacuna entre a filosofia proposta nesses movimentos e que são buscadas pelo sujeito e as que são ofertadas. Comer (e entendemos também para o modo de vida) em modo *slow* dentro dessa sociedade caracterizada por um ritmo acelerado com ênfase na produtividade, torna-se utópico, ainda que tais ofertas nos forneçam pequenas experiências ressignificadas que se aproximam dessas singularidades, embora para que essas ofertas se sustentem e gerem percepção de valor pelo consumidor, precisem ser revistas em dimensões mais profundas.

REFERÊNCIAS

ANDREWS, Geoff. **The slow food story: politics and pleasure**. Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press, 2008.

AZEVEDO, Elaine de. Alimentação, Sociedade e Cultura: Temas Contemporâneos. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 19, n. 44, p. 276-307, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/jZ4t5bjvQVqqXdNYn9jYQgL/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 05 jan. 2024.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação & Educação: Revista do Departamento de Comunicação e Artes (ECA-USP)**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 19-28, 2009. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v14i3p19-28>

BACCEGA, Maria Aparecida. Do mundo editado à construção do mundo. **Comunicação & Educação: Revista do Departamento de Comunicação e Artes (ECA-USP)**, São Paulo, n. 1, p. 7-14, 1994. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i1p7-14>

BARBOSA, Rafael de Oliveira; BARCELLOS, Daniela Menezes Neiva; DIAS, Manuela de Sá Pereira Colaço; CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares. Narrativas midiáticas, ética e a formação de sentidos sobre alimentação saudável. In: PRADO, Shirley Donizete (Coord.). **Consumos alimentares em cenários urbanos: múltiplos olhares**. Rio de Janeiro: Gramma/EdUERJ, 2020. <https://doi.org/10.7476/9786588808092>

BARCELLOS, Daniela Menezes Neiva. **Alimentação saudável e qualidade de vida na cidade: um estudo dos imaginários nas mídias**. Tese (Doutorado em Alimentação, Nutrição e Saúde) – Instituto de Nutrição, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

DE MARCHI, Leonardo. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as Transformações na Relação entre Estado e Cultura no Brasil. *Intercom – RBCC*, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 193-215, jan./jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/intercom/a/6KpyxCsZjRDtFM39FDP3L9P/?format=pdf&lang=en>. Acesso em: 05 jan. 2024.

FLETCHER, Kate. Slow fashion: an invitation for systems change. *Fashion Practice*, v. 2, n. 2, p. 259-266, 2010. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175693810X12774625387594>. Acesso em: 11 jun. 2023.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da Indignação: cartas pedagógicas e outros escritos*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

FREITAS, Ricardo Ferreira; SANT'ANNA, Cristina Nunes de; MELLO, Ana Clara Camardella; LAGUN, Christiane Schwenk. Comer nas cidades: uma marca de comunicação e cidadania. PRADO, Shirley Donizete (Coord.). *Consumos alimentares em cenários urbanos: múltiplos olhares*. Rio de Janeiro: Gramma/EdUERJ, 2020. <https://doi.org/10.7476/9786588808092>

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Comfort food: sobre conceitos e principais características. *Contextos da Alimentação – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade*, v. 4, n. 2, p. 92-102, mar. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/300020217_Comfort_food_sobre_conceitos_e_principais_caracteristicas. Acesso em: 31 jun. 2021.

GLORIA, Nathalie Fonseca; CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares; SEIXAS, Cristiane Marques; BARCELLOS, Daniela Menezes Neiva. Nutricionismo, postagens e celebridades: o que o oráculo nos diz para comer? *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, v. 15, n. 3, 2021. Disponível em: <https://www.recis.icict.fiocruz.br/index.php/recis/article/view/2286>. Acesso em: 24 fev. 2023.

GUATTARI, Felix. *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. São Paulo: Brasiliense, 1977.

GUATTARI, Felix; RONILK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço*. Petrópolis: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. *O que é poder?* Petrópolis: Vozes, 2019.

HOWKINS, John. *The creative economy: how people make money from ideas*. Londres: Penguin Press, 2002.

MAFFESOLI, Michel. *A parte do diabo*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MOVIMENTO SLOW FOOD BRASIL. *Slow Food Brasil, design maopode + TI EITA*. 2020. Apresenta o movimento Slow Food em Português. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/movimento/>. Acesso em: 01 maio. 2021.

SILVA, L.F. Alimentação, consumo, conhecimento e saúde: um estudo do norte de Portugal. In: PRADO, Shirley Donizete; FREITAS, Ricardo Ferreira; FERREIRA, Francisco Romão; CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares (Orgs.). *Alimentação, Consumo e Cultura*. Curitiba: CRV, 2013.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

SOUSA, Edite; ALBUQUERQUE, Tânia Gonçalves; COSTA, Helena S. *Comfort food: o significado social e emocional dos alimentos*. In: *PORTFIR, 11.*, Resumo. Portugal, 2018. Disponível em: <http://repositorio.insa.pt/handle/10400.18/5725>. Acesso em: 30 jun. 2021.

TORQUATO, Gabrielle. COMFORT FOOD: Você tem uma relação saudável com a comida? *VERSATILLE*, 26 set. 2020. Disponível em: <https://versatile.com/comfort-food-voce-tem-uma-relacao-saudavel-com-a-comida>. Acesso em: 8 jun. 2021.

WOLLZ, Larissa Escarce Bento; PRADO, Shirley Donizete. Cinema e comensalidade: aspectos simbólicos da comida a partir da linguagem cinematográfica. In: FERREIRA, Francisco Romão; PRADO, Shirley Donizete; VARGAS, Eliane Portes; SEIXAS, Cristiane Marques (Orgs.). *Cinema e comensalidade*. Curitiba: CRV, 2016.

Sobre os autores

Daniela Menezes Neiva Barcellos: Doutorado em Ciências, Área Alimentação, Nutrição e Saúde pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Lesly Fernandes dos Reis: Mestrado em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Victor Albuquerque Borges Quaresma Gonçalves: Mestrado em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

Contribuições dos autores: Barcellos, D.M.N.; Reis, L.F.; Gonçalves, V.A.B.Q.: Conceituação. Barcellos, D.M.N; Reis, L.F.; Gonçalves, V.A.B.Q.: Escrita – Primeira Redação. Barcellos, D.M.N.; Reis, L.F.; Gonçalves, V.A.B.Q. Escrita – Revisão e Edição.

