

## **Experiências de Consumo no Samba:**

**Um estudo sobre o processo de significação da Feijoada Portelense**

***Consumption Experiences in Samba:***

***A study about the process of signification of the Feijoada Portelense***

***Fábio Francisco de Araujo, Nina Pinheiro Bitar, Marta Maria Antonieta de Souza Santos, Mirian Ribeiro Baião e Tamires Christine Pereira da Silva***

Este trabalho tem como objetivo investigar o processo de construção de significados da feijoada consumida na quadra da Escola de Samba Portela a partir das práticas de preparação e de comensalidade. A pesquisa parte do pressuposto de que existe uma relação de proximidade entre comida e determinados universos culturais. Nesse sentido, Vargens e Monte (2001) estabelecem uma reflexão entre a comida e a roda de samba, sublinhando que tal relação foi fundamental para estabelecer uma conexão entre “reunião e resistência” na passagem do período escravocrata do Rio de Janeiro. Segundo os autores, esse processo ocorreu gradativamente e as negras recém libertas proveram sua sobrevivência e reconstruíram suas vidas e famílias por meio da venda nas ruas dos “quitutes de tabuleiro”. Os autores sugerem ainda que o motivo pelo qual a comida tem tanta importância no universo do samba é porque, nesse meio, tanto o preparo quanto o consumo de alimentos assumem contornos ritualísticos relacionados à esfera sagrada.

Nesse contexto, a cozinha emerge como espaço fundamental para a manutenção e a renovação do significado e do universo simbólico que se constrói e reconstrói ao longo do tempo. Para Bitar (2011), o espaço da cozinha nas religiões afro-brasileiras é fundamental para a manutenção e a renovação do axé, transformando a energia contida nos alimentos. No samba, a comida aparece seguindo uma lógica semelhante, em que são preparados alimentos específicos para compor a mediação simbólica que remete ao universo cultural dos participantes. Os universos culturais não são estanques no tempo, ao contrário, são dinâmicos e representam um constante processo de identificação de “ser” e “de se tornar” (JENKINS, 2005). Segundo Gachet et al. (2016), a feijoada é um elemento de transmissão de simbolismos e tradições, sendo considerada uma legítima estratégia de contribuição para a manutenção do patrimônio material e imaterial do samba.

Considerou-se o método etnográfico para realização do trabalho de campo, realizando-se a coleta de dados por meio da observação participante. Foram realizadas visitas à quadra da Portela, para reconhecimento do contexto local e suas particularidades e identificação de interlocutores de pesquisa, que mediassem a entrada no campo do estudo. A observação participante, realizada ao longo de quatro meses na quadra da escola de samba, ocorreu sempre no primeiro sábado de cada mês, dia da “tradicional feijoada da família portelense”. Durante a observação também foi possível realizar entrevistas informais com frequentadores e ícones da Portela, como Tia Surica e Monarco. Por meio dessas estratégias de pesquisa, buscou-se perceber aspectos como: as tradições culinárias, preparo/distribuição da feijoada e a comensalidade. Os dados foram registrados em caderno de campo, em fotografias e em gravação de áudio. O material colhido foi organizado e interpretado conjuntamente.

Os resultados obtidos neste estudo apontam que a tradicional feijoada passou por mudança nos procedimentos de preparo ao longo dos anos. Embora atualmente a “feijoada Portelense” seja, em grande parte, confeccionada por uma empresa terceirizada, especializada em produzir refeições, uma menor parte permanece sendo preparada pelas chamadas tias, as matriarcas que preservam as tradições da escola. Essa estratégia possibilita que a empresa, ao acompanhar o preparo realizado pelas “Tias”, obtenha um produto final bem similar ao “tradicional”, garantindo a participação e ampliação do consumo da feijoada que abre espaço para interação dos frequentadores. A feijoada portelense atualmente é um evento em que ocorrem as trocas simbólicas, contribuindo ativamente para construção dos significados que refletem, reconstroem e passando a constituir a própria noção de “tradição” elaborada pelos integrantes da escola de samba.

## **Significação no consumo e contexto cultural**

O termo “significado” pode ser dirigido para produzir sentido a um conjunto de percepções que possibilitam ao homem criar categorias estruturantes a partir de suas experiências, que são construídas e reconstruídas por sua interpretação da realidade (KLEINE III e KERNAN, 1988). Nesse sentido, os significados não se referem apenas às práticas, aos comportamentos ou mesmo aos bens, mas expressam a percepção de quem os interpreta (AHUVIA, 2005). Desse modo, são os significados atribuídos às práticas de consumo, mediante a produção de sentidos que lhes são

conferidos pelos próprios agentes, que determinam o comportamento dos consumidores (ARAUJO e ROCHA, 2016).

Por sua vez, ao se pensar em consumo, McCracken (1988) pondera que o termo possui visão abrangente, podendo ser usado desde a criação, a compra e o uso de produtos e serviços, até o descarte. Rocha et al. (2014, p. 63) sublinharam que consumo

pode ser conceituado como a transformação de produtos e serviços em um sistema de significados por meio do qual podem ser construídas facetas da subjetividade, que se traduzem em relações sociais e diversas necessidades simbólicas, tornando-o um dos principais modos de interpretação do mundo que nos rodeia.

Segundo Araujo e Rocha (2017), o consumo atua como um sistema de significados capaz de atribuir sentido e contribuir para construção de identidades sociais. De acordo com Rocha (2006), esse sistema de significados decorrente do consumo pode conduzir a um processo de categorização de pessoas, grupos, coisas e práticas sociais. Nesse sentido, Sahlins (1976) já tinha observado que a motivação do consumo visando à simples ação biológica de nutrir o corpo foi transcendida pelos sistemas simbólicos que guiam as escolhas.

Barbosa e Campbell (2006) consideram que a compreensão sobre consumo começou a mudar com o processo de globalização. Dessa forma, percebe-se a relação estreita e inseparável entre consumo e cultura, uma vez que grande parte de nossas escolhas só fazem sentido dentro de um sistema cultural.

Miller (2007, p.35), ao discutir necessidade e consumo no contexto da cultura material, pontua que tanto as críticas antigas quanto as contemporâneas “tentam definir e condenam a porção do consumo que é feita além do que é considerado necessário”. Entretanto, o autor (p.36) considera que, contemporaneamente, o consumo não deve ser relacionado ao padrão de necessidade material e moral, pois foi “nos tempos recentes que a necessidade se tornou uma qualidade mais absoluta do que relativa”. Dessa forma, o consumo pode ser considerado “o modo como a sociedade se fala” (BAUDRILLARD, 1981, p.24), pois esta absorve a cultura a partir das práticas de consumo. É nesse sentido que Slater (2002, p. 17) observa a existência de uma “cultura do consumo”, pois

todo consumo, por consequência, é cultural, pois envolve valores e significados partilhados socialmente [...]. Tudo que consumimos possui um significado específico, através do qual reproduzimos nosso sistema de relações sociais.

De outro lado, Arnould e Thompson (2005) destacam que a identidade social é diretamente resultante do consumo e da cultura, pois os rituais e as práticas de consumo se articulam com a experiência do cotidiano, do rotineiro, do fragmentado e, sobretudo, do simbólico, expressando-se no comportamento. Araujo e Tomei (2013) contribuem com o debate ao pontuarem que a identidade social está presente e é criada no imaginário dos indivíduos, mas que apresenta consequências reais no comportamento porque decorrem de crenças e códigos culturais compartilhados.

Ainda sobre o processo de construção da identidade social, Belk (1988) realizou um estudo no qual assevera que os indivíduos utilizam o consumo para demarcar o seu senso de “eu”, desenvolvendo o conceito *de extended self* (eu estendido). Belk (1988) esclarece que o *self* é composto pelo corpo, mente, família, grupos e as posses materiais. Assim, a posse de um bem pode compor o *self* de um indivíduo quando este avalia que tal posse é parte de seu “eu”, contribuindo então para constituir sua identidade. Ahuvia (2005) analisa as contribuições de Belk (1988) e pontua que esse processo não se restringe apenas a posses, mas também práticas de consumo, incluindo hábitos, comportamentos e atividades culturalmente compartilhadas.

## Práticas de Consumo Alimentar

O tema referente ao consumo de alimentos é universal, pois aborda todos os tipos de interesses e objetivos, independentemente de renda e classe social, a partir dos mais diversos significados para cada tipo de consumidor. Em clássico estudo sobre o tema da alimentação, DaMatta (1984) já havia sublinhado sua importância, destacando ser bastante abrangente e conflituoso porque o assunto pode ser interpretado a partir de diferentes perspectivas, uma vez que o comer ultrapassa a questão nutricional.

Conforme pontuado por Carneiro (2003), houve uma mudança considerável ao longo do tempo nas práticas de consumo alimentar da população no Brasil. Em seus primeiros séculos de colonização, havia diversos relatos sobre a fertilidade da terra, a abundância de espaço para plantio, o clima que favorecia a agricultura, entre outros. O Brasil foi se tornando um país rico e farto no que se refere à geração, à produção e ao consumo de bons alimentos. Segundo o autor, não havia uma diferenciação entre o pobre e o rico, pois os alimentos consumidos eram semelhantes independentemente da classe social. Essa visão começou a mudar a partir do século 19, quando o discurso sobre a alimentação do brasileiro começou a ser depreciativo quando comparado com

os alimentos europeus. Assim, foi sendo introduzida uma mudança comportamental no consumo de alimentos, por parte das classes mais altas, no sentido de buscar reproduzir o modelo alimentar europeu (CARNEIRO, 2003).

Papavero (2008) pontua que a inclusão do feijão como um dos mantimentos principais da dieta dos brasileiros foi um processo, pois o consumo do feijão assumia um papel secundário na alimentação durante o Brasil colonial. Segundo a autora, somente em meados do século XVIII, com a facilidade do plantio e o avanço de ocupação da área continental, o feijão passa a ser considerado mantimento conveniente pelo recorrente uso do item na dieta dos moradores, tornando-se item indispensável na dieta brasileira.

Nos dias atuais, o termo “arroz com feijão” remete ao cotidiano alimentar no Brasil, por ser o prato mais conhecido e consumido pela população. Cheung- Lucchese e Batalha (2010), em seu estudo, apontam que 90% dos participantes mantinham o consumo de arroz e feijão, além da carne *in natura*, para suas refeições diárias. Nosso histórico de alimentação comprova que não houve grandes alterações na mesa do brasileiro ao longo dos anos, sendo o feijão com arroz um balanceado adequado que possui forte apelo cultural (MATTOS e MARTINS, 2000).

Barbosa (2007) realizou uma pesquisa que buscou analisar os hábitos alimentares dos brasileiros no universo doméstico a partir de uma amostra probabilística colhida em todo o país. A autora observou a existência de “hábitos alimentares compartilhados e socialmente sancionados pela população brasileira urbana, tanto no que concerne ao conteúdo das refeições como nas atitudes em relação a elas, que transcendem tanto a renda, como os gêneros, as regiões e as faixas etárias” (p. 108), o que sugere existir certa homogeneização das práticas alimentares no contexto doméstico. Os resultados da pesquisa de Barbosa (2007) apontam que o “arroz com feijão” está presente na escolha do cardápio doméstico de todas as regiões do país.

De acordo com Poulain (2004), o modelo alimentar de um indivíduo consiste em um conjunto de conhecimentos previamente acumulados, passados de geração em geração. Esse conhecimento influencia diretamente na seleção de produtos escolhidos nas prateleiras do mercado, assim como seus modos de preparo, tipos de prato e ritos de consumo.

McFerran et al. (2010) realizaram um estudo sobre influências dos grupos de referência no consumo alimentar, buscando perceber se o biótipo de outro indivíduo do grupo influencia nas escolhas do consumo. O experimento consistia na análise da influência que a obesidade de um indivíduo do subgrupo poderia exercer no consumo de alimentos. Para realizar o experimento, uma

jovem integrante do grupo de pesquisa foi infiltrada entre os participantes e se apresentava com dois biótipos corporais diferentes, ora magra (seu biótipo normal) e ora aparentando ser obesa (biótipo obtido por meio de próteses), consumindo em ambos os casos um nível elevado de alimentos. O resultado foi que houve uma redução maior na média de alimentos consumidos pelos integrantes do grupo quando a jovem se apresentava como obesa do que quando se apresentava com o biótipo magro. Os resultados da pesquisa evidenciaram que existe uma preocupação em manter um biótipo aparentemente saudável e, desse modo, as práticas de consumo alimentar de um indivíduo podem gerar impactos nos demais, dependendo do tipo físico que o indivíduo possui e do seu comportamento em relação ao alimento.

Oths et al. (2003) observaram que as preferências alimentares no Brasil são fortemente marcadas por questões culturais, sendo utilizadas como forma de demarcar a identidade social. Os autores mencionam ainda que a feijoada é frequentemente apontada pelos entrevistados como um prato tradicional e amplamente consumido. Outra descoberta interessante de Oths et al. (2003) é que as pessoas das camadas mais populares utilizam as escolhas dos alimentos como forma de mobilidade social, pois, de acordo com o prestígio dos alimentos junto às classes sociais mais abastadas, são culturalmente desejados e, oportunamente, consumidos pelos mais pobres, que entendem esse comportamento como uma maneira de aceitação e ascensão social.

Barbosa (2010) realizou um estudo em que investigou a relação do alimento com a sociabilidade. A autora pontuou que, apesar de esse ser um tema frequentemente abordado por antropólogos, o verdadeiro papel da comida nessa relação raramente é explicitado. Barbosa (2010) se baseou em três diferentes pesquisas empíricas, considerando as práticas das refeições café da manhã, almoço e jantar. Os estudos buscaram compreender e identificar o tipo de sociabilidade que é estabelecido em cada refeição de acordo com o dia da semana, indicando o grau de relevância assumido pela própria comida. A pesquisa observou que, no caso da sociedade brasileira, o significado da sociabilidade nas refeições seria o prazer existencial do encontro e da interação entre os indivíduos, sendo qualquer outro objetivo secundário.

## **O samba e a alimentação**

A comida nos eventos de samba cariocas atualiza a dinâmica do comer e beber relacionado às tradições afro-brasileiras. Nesse sentido, a comida simboliza a renovação da energia de toda a



comunidade: “comer no samba equivale a viver, preservar, comunicar e reforçar memórias individuais e coletivas” (NOGUEIRA, 2006, p. 69). As baianas quituteiras – que no período escravocrata estabeleceram fortes relações entre sociabilidade, comida e samba – ainda se relacionam com as tradições afro-brasileiras, sendo a cozinha um espaço de criação, de manutenção da saúde da comunidade e de celebração de seus orixás, que representam a energia da vida. A partir da relação com a ancestralidade da culinária afro-brasileira, promovem um cardápio variado: feijoada, rabada, angu, mocotó, galinha com quiabo, grão de bico e sopas de ervilha e legumes.

Pode-se dizer que nas religiões afro-brasileiras cozinhar é considerado um ato sagrado e os alimentos são tratados de forma ritualística. O espaço da cozinha é fundamental para a manutenção e a renovação do axé, transformando a energia contida nos alimentos (BITAR, 2011). No samba, a comida aparece seguindo uma lógica semelhante, em que são preparados alimentos específicos para compor a mediação simbólica que remete ao universo cultural dos participantes. Cabe destacar que tais universos culturais não são estanques, ao contrário, são dinâmicos e representam um constante processo de “ser” e “de se tornar” (JENKINS, 2005).

Nesse contexto, emergem personagens que remetem a características específicas desse universo simbólico, como as chamadas “tias baianas”. Estas são apontadas como fundamentais para a construção da ligação entre o samba e comensalidade.

Diversos estudos apontam a importância de certas pessoas que contribuíram de forma significativa neste processo. A mais famosa delas foi a baiana conhecida como Tia Ciata (MOURA, 1995). A hospitalidade de Tia Ciata, que ofereceu sua casa como um local de experimentações musicais dos negros recém-chegados da Bahia, foi a base para que notáveis compositores desenvolvessem o samba carioca. Nas primeiras décadas do século 20, a casa da Tia Ciata já era um reduto de resistência do samba.

Existem diferenças e variedades de pratos produzidos de uma escola de samba para outra, de uma comunidade de sambistas para outra, apesar de a feijoada ser o prato mais tradicional hoje nas grandes reuniões de samba. As feijoadas nas quadras das escolas ocupam atualmente um lugar especial no calendário dos sambistas cariocas. Segundo Lody (1998), a feijoada é dedicada a Ogum e a Omolu, servida para toda a comunidade, sendo seu preparo de alto significado ritual, representando a união do trabalho e da fé, tanto na Bahia como no Rio de Janeiro.

Segundo Alexandre Medeiros (2004), desde o tempo das festas da Tia Ciata, uma das especialidades das tias – matriarcas dos quintais do samba carioca – é manter o ambiente propício à criação. De acordo com o depoimento de Zeca Pagodinho, apontado por Medeiros (2004, p. 17;19):

[...] comida não faltava nos quintais: era caldo verde, feijão, tripa lombeira, comida de malandro, comida de sambista. Comida boa [...] Tudo isso me inspirou e ainda me inspira. Aquele negócio de fogão de lenha no quintal, a panela fervendo. Essas imagens vêm na minha cabeça na hora de compor.

Medeiros (2004) explica que Tia Doca, falecida em 2009 aos 76 anos de idade, foi uma importante integrante da Velha Guarda da Portela. Ela promovia almoços em seu quintal, no bairro de Oswaldo Cruz, que representava um ponto de encontro de sambistas, onde se realizava a sociabilidade em torno do samba e da alimentação:

No primeiro domingo, tinham três pessoas [...]. No domingo seguinte tinham dez. No outro já eram 100. Antes de fazer um mês já tinham 200 pessoas naquele quintal. [...]. No início, eu cozinhava a sopa de entulho, ou sopa da carestia, como dizia minha mãe. Era um panelão que o povo comia com farinha. Cerveja gelada no latão [...]. Depois passei a preparar a sopa de ervilha e virou sucesso [...]. Comida de subúrbio não é salada com pão, como na zona sul. Lá [no subúrbio] a gente come feijão, carne seca, comida grosseira [angu à baiana, mocotó, rabada com agrião e polenta, tripa lombeira – prato vistoso e forte, que se come hoje e só se vai pensar em comida amanhã.] (p. 39; 43; 49).

Segundo Medeiros (2004, p.71), as “tias” matriarcas do samba aprenderam os segredos da cozinha com suas mães e avós e se revelaram exímias cozinheiras. No caso da Portela, tais matriarcas do samba eram conhecidas como as “tias pastoras da Velha Guarda”. Elas próprias se preocupam com a continuidade dessa tradição, que carrega em seu âmago a conservação de um ambiente propício ao encontro de sambistas. Contudo, pode-se dizer que a relação estabelecida entre as “tias” e a alimentação está passando por um processo de transformação. As novas gerações atualizam e ressignificam as antigas práticas da roda de samba caseira, uma vez que o ciclo geracional valoriza outros processos interacionais entre os praticantes. Assim, é preciso ainda analisar as permanências, continuidades e atualizações expressas na relação entre comida e samba.

## Método



A perspectiva do artigo se insere no paradigma interpretativista. Segundo Hirschman e Holbrook (1992), o paradigma interpretativista, em comportamento do consumidor, é adequado para compreender como o indivíduo interage e constrói significados com objetos externos, buscando traduzir a realidade construída pelos sujeitos. Lincoln e Guba (1985) ensinam que o interpretativismo é útil para pesquisas que buscam por compreender as relações dinâmicas entre as ações dos consumidores, as ofertas de mercado, as práticas sociais e os significados culturais. Para os interpretativistas, a pesquisa exige fidelidade à experiência de vida, busca reconstruir autocompreensões dos atores e tem preocupação com a validade da compreensão (SCHWANDT, 2006). Em outras palavras, a visão interpretativista busca os significados intersubjetivos, que são construídos, desconstruídos e reconstruídos pelos sujeitos na interação uns com os outros, na tentativa de alcançar os significados possíveis sobre determinado contexto, servindo como um dos critérios que a análise qualitativa tem utilizado para estabelecer o rigor e a qualidade na pesquisa.

A pesquisa utilizou a perspectiva etnográfica, realizando a observação participante e a análise de dados (MALINOWSKI, 1976; OLIVEIRA, 2006; ELLIOTT e JANKEL-ELLIOTT, 2003). De acordo com Vergara e Caldas (2005), este método se caracteriza pelo estudo detalhado nas práticas cotidianas da vida das pessoas que estão imersas em determinado fenômeno. O método etnográfico é representado pelo uso de técnicas de observação participante, que se caracteriza no fato de ingressar em um grupo social e observar as atividades desenvolvidas pelos indivíduos pesquisados. A técnica de observação demonstrou ser um recurso epistemológico para investigações e estudos de hábitos e práticas de consumo (TURETA e ALCADIPANI, 2011). Arnould e Wallendorf (1994) ensinam que existem quatro características que distinguem os estudos etnográficos: (1) coleta sistemática de dados em ambiente natural; (2) participação experiencial do pesquisador no contexto cultural em questão, notadamente via observação participante; (3) interpretações críveis dos mecanismos culturais em questão, os quais restam normalmente desarticulados pelos participantes no dia a dia; (4) múltiplas fontes de dados, de modo a captar perspectivas variadas acerca dos contextos de interesse.

Elliott e Jankel-Elliott (2003) sublinham que o método etnográfico e o uso das técnicas que o compreendem recebem adaptações que tornaram possível sua utilização nos hábitos e nas práticas de consumo urbanas. Esse procedimento foi necessário em função da dinâmica própria que envolve a realidade da disciplina, como, por exemplo, a necessidade de repensar o tempo e as formas de imersão no campo para coleta de dados. Segundo Barros (2009), os estudos

etnográficos sobre consumo têm permitido maior proximidade com o modo de pensar os indivíduos e suas práticas sociais. Conhecer os comportamentos, de que forma consomem, como os grupos se classificam em relação a outros grupos a partir do uso de determinadas práticas são alguns exemplos de descobertas que podem ser aprofundadas a partir da aplicação dessa opção metodológica. Na pesquisa etnográfica, o comportamento humano é compreendido a partir de uma visão mais ampla da vida em sociedade, o que Barros e Rocha (2009, p.104) chamaram de “processo simbólico cultural”. Nesse contexto, por meio da observação participante, a etnografia viabiliza o alcance de um entendimento mais profundo sobre um fenômeno investigado, desvelando sua subjetividade e singularidade dentro de um elenco de fenômenos sociais. Segundo Geertz (1973, p. 24), tais descobertas seriam expressas por meio de um relato profundo da cultura relativa ao fenômeno social analisado, o qual denominou “descrição densa das estruturas significantes”.

Nesta pesquisa, a observação participante ocorreu durante as edições da tradicional feijoada da Portela. Foram realizadas visitas à quadra da escola de samba durante o segundo semestre de 2017, a partir do mês de julho, para reconhecimento do contexto local, percepção de suas particularidades e identificação de interlocutores que mediassem a entrada no campo do estudo. A partir do primeiro contato com a escola de samba e mapeamento de seus agentes, realizou-se a observação participante ao longo de quatro meses na quadra da agremiação. A pesquisa ocorreu sempre no primeiro sábado de cada mês, quando é celebrada a chamada “Feijoada da Família Portelense”, no período de dezembro de 2017 a março de 2018.

Durante a observação participante foi possível realizar entrevistas informais com frequentadores e integrantes com atuação relevante na Portela, como Tia Surica e Monarco. A partir dos dados, buscou-se perceber aspectos como a concepção dos agentes sobre as tradições culinárias, as formas de preparo e de distribuição da feijoada, assim como os aspectos de interação social. Os dados de pesquisa foram registrados em caderno de campo, em fotografias e em gravação de áudio. Posteriormente, esse material foi analisado e interpretado conjuntamente. Os entrevistados fizeram relatos acerca de algumas preparações culinárias servidas nos eventos de samba ocorridos na quadra da Portela, que decorrem de suas vivências como sambistas, e destacando, em especial, a experiência com a tradicional feijoada da Portela, conforme demonstrado na próxima seção deste artigo.

## **Análise dos Resultados**

A “Feijoada da Família Portelense” é o principal evento realizado pela Portela e promovido pela Velha Guarda Show. Tornou-se “tradição”, e passou a ser reproduzido também por muitas outras agremiações. Tradição, no sentido de reinventar e reviver o encontro musical entre sambistas e compositores renomados para tocarem sambas de roda e partido alto acompanhados por preparações de comida, assim como ocorria nos quintais das “tias pastoras”, e pela sua permanência ao longo dos anos. A feijoada é servida em um dia festivo. O evento, que teve início em 2003, acontece sempre no primeiro sábado do mês e já nasceu adjetivado de tradicional por ser promovido pelos Velha Guarda, aqueles que, no universo do samba, são os responsáveis pela manutenção e continuidade da tradição e da história da agremiação.

A partir da pesquisa de campo realizada, observamos alguns aspectos importantes para compreender esse contexto. Podemos dizer que comensalidade mobiliza diversas esferas da vida social, e permite o estabelecimento de uma forte relação entre comida e samba, conforme também percebido por Vargens e Monte (2001).

Apreendemos que as categorias nativas “tradição” e “família parecem ter relevância nesse espaço sociocultural. É comum ouvir sobre a “tradicional feijoada da família portelense”. Contudo, vale observar como essas categorias nativas são formuladas pelos integrantes da escola de samba.

Em conversa informal com Tia Surica, uma antiga integrante do grupo de tias pastoras da Velha Guarda da Portela, foi apontado que nem sempre serviram a “tradicional” feijoada nos almoços dos ensaios na Portela, pois, antigamente, era servida peixada ou galinha com macarrão. Tia Surica aponta que a feijoada foi introduzida por Tia Vicentina, antiga integrante da ala das baianas e irmã do integrante chamado Natal, o “homem forte da Portela”, banqueiro do jogo de bicho e sucessor de Paulo da Portela na presidência da escola de samba (SIMAS, 2012, p.67). Segundo Tia Surica, foi em homenagem à memória dessa antiga integrante que continuaram a servir a feijoada, tornando-se assim “tradicional” ao longo do tempo, já que originalmente era preparada pelas tias portelenses, que valorizavam o tempero que era utilizado por Tia Vicentina, décadas atrás.

Com relação à categoria nativa “família”, observamos uma amplitude de sentidos que denotam não só o pertencimento à comunidade portelense, mas também o sentido afetivo de congregação pela escola, e ainda, o sentido de acolhimento, de estar no quintal de casa.

Monarco, compositor e integrante da Escola de Samba Portela, considera, em conversa informal, que “a alimentação é o ponto principal” em um evento de samba, pois “o samba requer estar bem alimentado com saúde e vigor para poder acompanhar o tranco, as altas madrugadas e cantar”. Particularmente sobre a feijoada, Monarco a destaca enquanto elemento fundamental para o bom desempenho do sambista.

A “feijoada da família” portelense acontece na quadra da escola de samba buscando não só a comensalidade e a produção da sociabilidade, mas também o retorno financeiro. A renda do evento, obtida por meio da venda de ingressos, do prato de feijoada e de bebidas, é dividida entre a Velha Guarda Show e a diretoria da Portela.

Ao percebermos a importância da alimentação no contexto das escolas de samba e a escolha da feijoada enquanto representante dessa comensalidade, buscamos compreender seus usos e significados no contexto específico da Escola de Samba Portela. A partir da pesquisa de campo, foi observado que no dia da feijoada há uma busca por estar na quadra para participar de sociabilidades específicas. Espera-se comer a feijoada, vendida por 25 reais, para depois assistir aos *shows* do evento. Contudo, percebemos que os espaços dedicados à alimentação e às bebidas não se restringem apenas à quadra da Escola de Samba Portela.

A organização do evento segue alguns ritos formais como a reserva e a disposição de lugares para os diferentes participantes e o horário de abertura dos portões da quadra da escola. As filas começam a se formar na rua Clara Nunes em torno do meio dia. Há uma divisão de gênero nas filas, uma para homens e outra para mulheres, pois seguranças masculinos e femininos procedem a revista dos ingressantes, a fim de prevenir a entrada de artigos ilícitos como armas e drogas na quadra da escola. Ali, nas filas, a interação social já se desenvolve, seja pelo encontro de amigos e vizinhos ou mesmo pelo início de novas amizades. Sócios contribuintes da agremiação, de posse da carteira de sócio torcedor, e idosos não pagam pelo ingresso e não precisam aguardar nas filas. A abertura dos portões se dá entre 13h30min e 14h. O espaço é composto por um grande galpão com dois ambientes cobertos pintados de azul e branco, cores da escola, e uma ampla área descoberta. Em frente aos portões de entrada há uma grande estátua em forma de águia, símbolo da Portela. No palco, localizado ao fundo do galpão coberto, encontram-se as imagens dos santos padroeiros – São Sebastião e Nossa Senhora da Conceição – e, também, a representação do símbolo da escola. A parte direita do galpão recebe o nome de

“Espaço Tia Vicentina”, local onde são vendidas e servidas a feijoada e as cervejas e demais bebidas.



**Fotografia 1:** Espaço em que a feijoada é servida na parte interna da Quadra da Portela  
**Fonte:** Tamires C.P. da Silva. Acervo de Pesquisa de Campo de 06 de janeiro de 2018.

Na terça parte inicial do evento são tocadas gravações de músicas de compositores e cantores portelenses. A Velha Guarda Show só inicia a apresentação próximo às 16h, principalmente com a exibição de sambas enredo antigos e o escolhido para o último Carnaval da escola. Na terça parte final do evento se dá a apresentação dos artistas convidados, entre os quais cantores renomados e iniciantes na carreira.

A alimentação aparece de duas formas distintas no espaço externo e interno à quadra. No primeiro local, o espaço externo à quadra da escola de samba, encontram-se as barracas com caldos e churrascos, além das barracas de bebidas destiladas e fermentadas. Já no espaço interno à quadra da Portela estão localizadas a cozinha e os bares para a venda de bebidas e comidas. Os frequentadores utilizam esses dois espaços em distintas temporalidades. A parte externa à quadra é frequentada antes e depois dos ensaios ou evento da Escola de Samba. Já o espaço interno é utilizado no período da apresentação de *shows*, durante os ensaios, e nas ocasiões em que ocorrem o serviço da feijoada. Dentro da quadra também existem as divisões espaciais, que fazem com que o comensal tenha diferentes experiências. As pessoas que estão em camarotes conseguem comer sentadas à mesa. Já as que não estão precisam disputar cadeiras avulsas ou



mesas extras para comer ou ficar em pé. Tais experiências proporcionam diferentes formas de interação e sociabilidade no ambiente da quadra da escola.



**Fotografia 2:** Mesas extras em dia festivo com feijoada na Quadra da Portela  
**Fonte:** Tamires C.P. da Silva. Acervo de Pesquisa de Campo de 06 de janeiro de 2018.

O preparo da feijoada se dá interna e externamente à escola, existindo diferenciações entre as pessoas que a produzem. Parte é produzida pelas integrantes da escola de samba, em sua maioria as mulheres herdeiras da “tradição” das tias pastoras da Velha Guarda, matriarcas da escola de samba, enquanto a outra parte fica sob a responsabilidade de pessoas que são “externas” à escola de samba, ou seja, aos cuidados de um *buffet* contratado especificamente para o preparo da feijoada para servir em uma escala maior nas ocasiões em que ocorrem a festividade com o serviço de feijoada aos frequentadores. Pode-se perceber visualmente a diferença entre os integrantes da escola e os funcionários do *buffet*, uma vez que as primeiras sejam senhoras, e estes últimos sejam mais jovens e estejam uniformizados para atuarem no serviço de feijoada.



A partir de conversas com os integrantes do *buffet* e com as cozinheiras da escola de samba, constatamos que elas fazem uma parte da feijoada, e eles complementam a produção de comida. O chefe do *buffet* informou que ele é o maior fornecedor das escolas de samba, tendo sua popularidade difundida por ser responsável em fazer os almoços do artista Zeca Pagodinho.

Vale salientar que a observação revelou não haver distinção para os consumidores entre a feijoada produzida internamente pelas integrantes da escola e a produzida pelo *buffet*. Além disso, o fato de a feijoada ser produzida por uma equipe que se integra às redes de relações da escola de samba foi fundamental para a contratação do *buffet*. Trata-se de uma empresa que presta serviços para outras escolas de samba e artistas renomados. Durante o evento, a empresa, de certa forma, torna-se uma continuidade à escola de samba, fazendo com que as relações de “confiança” sejam estabelecidas nesse contexto. Percebemos que há uma lógica na escolha do *buffet* que obedece a certos critérios específicos da rede de sistemas sociais e simbólicos estabelecidos na escola de samba.

As observações realizadas permitiram concluir que a categoria “tradição” é reconfigurada a partir da entrada de uma empresa terceirizada para a produção da feijoada, porém não é impactada negativamente pela escolha da contratação do serviço. A empresa busca retratar o que é “tradicional” nesse contexto observado. Os integrantes da escola de samba, apesar de perceberem que existem as divisões entre a feijoada feita pelas “tias portelenses” e a produzida pelo *buffet*, não classificam esta última de forma pejorativa ou estranha à tradicional feijoada portelense. Ao contrário, eles integram a feijoada do *buffet* ao conjunto de significados que constituem a tradicional feijoada da agremiação. Percebemos que há um sistema interno de controle, a partir da rede de confiança estabelecida pelos integrantes da escola de samba, que faz com que a feijoada permaneça com as características e a qualidade desejada.

As observações permitiram aos pesquisadores perceberem que o espaço de sociabilidade emerge como uma categoria importante durante as ocasiões em que ocorreu o serviço de feijoada na quadra da Portela. No ambiente da quadra, quando acontece o evento, a sociabilidade se dá na mesa ou nos espaços em que as pessoas convivem ao consumirem conjuntamente a feijoada. A troca interacional ocorre entre amigos, companheiros e familiares, sentados à mesa ou conversando em pé enquanto comem. O público se mistura, diferentes grupos de pessoas interagem uns com os outros, novas relações de amizade se criam. Desenvolve-se naturalmente um processo interação social entre os indivíduos que socialmente compartilham a experiência de

participar do evento, como se a sociabilidade durante o consumo da feijoada completasse a proposta do evento produzido pela agremiação.

A identificação neste estudo de que a tradicional feijoada portelense também representa um espaço de sociabilidade corrobora com os resultados encontrados na pesquisa de Araujo e Rocha (2016), em que os pesquisadores observaram que as trocas interacionais entre os indivíduos são fundamentais para produção de sentido sobre a percepção e o simbolismo das experiências de consumo que ocorrem em grupo. Os autores investigaram como os indivíduos que frequentavam os grupos de encontro musical do Palácio Catete no Rio de Janeiro, as populares serestas, atribuíam significado ao consumo desta atividade de lazer. Entre as categorias emergentes na pesquisa de Araujo e Rocha (2016), o espaço de sociabilidade foi identificado como um dos elementos principais da experiência de consumo, pois vários depoimentos de seus entrevistados convergiram em ressaltar a importância do encontro musical para construção de relacionamentos.

Assim, como caso da tradicional feijoada da Portela, que também não deixa de ser um evento de encontro musical, a realização de atividades socialmente compartilhadas, praticadas pelos indivíduos por gerar prazer, diversão e satisfação, é mediada pelo convívio e pela interação social. Conforme sublinhado por Araujo et al. (2013), propostas de atividades que incluam o consumo de alguma experiência de lazer constituem um legítimo espaço para promoção da troca interacional e da sociabilidade entre os indivíduos. Nesse sentido, as observações permitiram compreender que o espaço de sociabilidade, proporcionado nas ocasiões em que ocorre a tradicional feijoada da Portela, integra as práticas de consumo do evento, contribuindo com o processo de construção de sentidos que constituem e geram significação à festividade.

## **Considerações finais**

Esta pesquisa buscou compreender o papel da feijoada como um importante agente ao ser relacionado ao universo do samba. Estudos que articulem temas relativos ao consumo e à cultura vêm suprir uma importante lacuna nas produções científicas na área do consumo. Conforme sublinhado por Arnould e Thompson (2005), é preciso considerar o fato de que o consumo é um fenômeno complexo, simbólico e cultural, o que demanda também por pesquisas de cunho subjetivo e de abordagens interpretativas. Nesse sentido, pesquisas etnográficas que busquem entender o comportamento do consumidor e suas relações dinâmicas, entre as ações dos

consumidores, do mercado e os significados culturais envolvidos podem contribuir para o avanço do conhecimento a partir de aspectos relevantes extraídos dos indivíduos em determinados universos culturais, onde tais práticas de consumo ocorrem (ARNOULD e THOMPSON, 2005).

De acordo com Araujo e Tinoco (2015), os significados simbólicos atribuídos a determinadas práticas de consumo são reflexos de valores transmitidos e compartilhados socialmente no contexto cultural. No mesmo sentido, Barbosa (2004) pontua que a dimensão cultural do consumo tangencia as relações e as práticas sociais, fazendo emergir destas os significados de uma determinada prática de consumo. Nogueira (2006) sinaliza que há uma relação de proximidade entre comida e a cultura do samba, uma vez que a comida no samba simboliza a vivência e o reforço das memórias individuais e coletivas de um determinado grupo. Nesse sentido, essa articulação emerge como uma importante forma de transmissão dos valores e da cultura e, de outro lado, uma forma de preservação da identidade social do grupo.

A partir da pesquisa de campo na Escola de Samba Portela, constatamos que há uma relevância da comensalidade nesse espaço. Observamos que a construção da “tradicional feijoada da Portela” é estabelecida a partir de uma rede de sociabilidades mediada pelo samba. Essa constatação vai ao encontro do que já foi anunciado nos estudos de Barbosa (2010) e de Araujo e Rocha (2016), que verificaram que as associações entre a sociabilidade nas refeições recaem no prazer existencial do encontro e da interação social que este proporciona aos indivíduos nas experiências de consumo em grupo.

A “tradicional feijoada portelense” mostrou-se um instigante campo de estudo para a compreensão da alimentação aliada ao samba. Percebemos que existem continuidades e mudanças nesse universo social. As continuidades estão presentes por, primeiramente, mobilizarem um grande público para o consumo da feijoada com o samba. Além disso, as chamadas “tias pastoras da Velha Guarda” permanecem atuando de forma ativa ao produzirem parte da feijoada na escola de samba. Por outro lado, observamos as mudanças ocasionadas pelo significativo aumento do público consumidor. Em função de tal crescimento, a feijoada passou a ser também produzida por um *buffet* contratado. Contudo, percebemos que tal mudança parece não ter abalado as estruturas já estabelecidas de gosto e sociabilidade. Os consumidores não percebem diferenças de sabor entre as feijoadas e tampouco parecem se incomodar com a procedência. Há também uma preocupação dos integrantes da escola de samba em escolher um

*buffet* que faça parte de sua rede de relações simbólicas e sociais, permanecendo com a confiança estabelecida.

Portanto, a pesquisa permitiu constatar que o campo da alimentação e samba oferece interessantes perspectivas para pensarmos o consumo a partir das interações sociais e simbólicas apresentadas nesse contexto. A partir do caso da “tradicional feijoada portelense”, pode-se perceber que a rede de sociabilidades do samba aparece como uma relevante mediadora para as escolhas na produção da feijoada da agremiação. No caso da Portela, essa rede de sociabilidades do samba é fortemente influenciada pelos significados emergentes na própria prática de consumo da feijoada ao longo dos anos, permitindo adaptações desde que alinhadas a tais significados, no sentido de manter o seu reconhecimento enquanto “tradicional”.

**Fábio Francisco de Araujo**

*Professor Adjunto de Gestão de Serviços da UFRJ*

*Doutor em Administração de Empresa, PUC-Rio*

**Nina Pinheiro Bitar**

*Professora Adjunta do Curso de Gastronomia da UFRJ*

*Doutora em Antropologia Social, UFRJ*

**Marta Maria Antonieta de Souza Santos**

*Professor Adjunta IV do Instituto de Nutrição Josué de Castro, UFRJ*

*Doutorado em Ciências Nutricionais, UFRJ*

**Mirian Ribeiro Baião**

*Professora associada do Instituto de Nutrição Josué de Castro, UFRJ*

*Doutorado em Saúde da Criança e da Mulher, FIOCRUZ*

**Tamires Christine Pereira da Silva**

*Professor Adjunto de Gestão de Serviços da UFRJ*

*Graduanda em Gastronomia, UFRJ*

Recebido em: 18 de fevereiro de 2019

Aprovado em: 13 de março de 2019

## Referências

AHUVIA, Aaron Chaim. Beyond the extended self: loved objects and consumers' identity narratives. **Journal of Consumer Research**, v.32, n. 1, p. 171-84. 2005.

ARAUJO; Fábio Francisco; TINOCO, Carollina Fernandes. A influência da religião no comportamento do consumidor: um estudo exploratório do consumo de produtos judaicos. **Alceu**. v. 16, n.31, p. 38-61, 2015.

ARAUJO, Fábio Francisco.; TOMEI, Patricia Amélia. Labour Relations and Globalisation: an analysis of ethical dilemmas from 'Le Couperet'. **Work Organisation, Labour & Globalisation**, v. 7, n.1, p. 106-123, 2013.

ARAUJO, Fábio Francisco.; ROCHA, Angela; CHAUVEL, Marie Agnes; SCHULZE, Marianne. Meanings of leisure among young consumers of a Rio de Janeiro low-income community. **Leisure Studies**, v. 32, n.3, p. 319-332, 2013.

ARAUJO, Fábio Francisco; ROCHA, Angela. Significados Atribuídos ao Lazer na Terceira Idade: Observação Participante em Encontros Musicais. **Podium: Sport, Leisure and Tourism Review**, vol.5, n.2, p.38-55, 2016.

\_\_\_\_\_. Resignificação da Terceira Idade: Redescobrimdo Corpo, Prazer, Vida e Sociabilidade na Dança de Salão. In: **XLI Encontro da ANPAD - Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 2017, São Paulo: ANPAD, 2017.

ARNOULD, Eric; THOMPSON, Craig. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.4, p. 868-882, 2005.

ARNOULD, Eric; WALLENDORF, Melanie. Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation. **Journal of Marketing Research**, v. 31, n.4, p. 484-504, 1994.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, Consumo e Identidade**. FGV Editora, 2006.

BARBOSA, Livia. Feijão com arroz e arroz com feijão. **Horizontes Antropológicos**, ano 13, n.28, p. 87-116, 2007.

\_\_\_\_\_. Food and sociability on the contemporary Brazilian plate. **Etnográfica**, vol. 14, n. 3, 567-586, 2010.

\_\_\_\_\_. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

BARROS, Carla. Jogando World of Warcraft na Lan da Periferia: Um Estudo sobre Formadores de Opinião e Trocas de Influências no Consumo de Produtos. **Anais do XXXIII Encontro da ANPAD**. São Paulo: ANPAD, 2009.

BARROS, Carla; ROCHA, Everardo. Lógica de Consumo em Grupos das Camadas Populares: Uma Visão Antropológica de Significados Culturais. In: Rocha, Angela, Silva, Jorge Ferreira (Orgs.). **Consumo na Base da Pirâmide: Estudos Brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009, p.31-48.

BITAR, Nina Pinheiro. **Baianas de Acarajé: Comida e Patrimônio no Rio de Janeiro**. Aeropalno: Rio de Janeiro, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de Consumo**. Lisboa: Edição 70, 1981.

BELK, Russel. Possessions and extended self. **Journal of Consumer Research**, v. 15, 1988.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e sociedade: uma história de alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHEUNG-LUCCHESI, Thelma; BATALHA, Mario Otávio. Brasileiros Urbanos e seus Diferentes Comportamentos de Consumo Alimentar: Quais as implicações para a organização das cadeias produtivas de alimentos? **Informações Econômicas**, v. 40, p. 1-10, 2010.

DA MATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1984.

ELLIOT, Richard; JANKEL-ELLIOT, Nick. Using ethnography in strategic consumer research. **Qualitative Market Research**, vol.6, n.4, p.215-223, 2003.

GACHET, Gabriella Fernandes; SANTOS, Marta Maria Antonieta de Souza; BAIÃO, Mirian Ribeiro. Feijoada e Samba: Análise contextual em uma agremiação no subúrbio carioca. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 11, p. 1153-1169, 2016.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representation and Signifying Practices**. London: Open University Press, 1997.

HIRSCHMAN, Elizabeth C.; HOLBROOK, Morris B. **Postmodern consumer research: the study of consumption as text**. California: Sage Publications, 1992.

JENKINS, Richard. **Social Identity**. 3ª. ed. London: Routledge, 2005.

KLEINE III, Robert E.; KERNAN, Jerome B. Measuring the meaning of consumption objects: an empirical investigation. **Advances in Consumer Research**, v.15, p. 498-504, 1988.

LÉVY, Pierre. **L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace**. Paris: Librairie Les Éditions La Découverte, 1997.

LINCOLN, Yvonna.; GUBA, E. **Naturalistic Inquiry**. London: Sage Publications, 1985.

LODY, Raul. **Santo também come**. Rio de Janeiro: Pallas, 1998.

MARLINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MATTOS, Lúcia Leal de; MARTINS, Ignez Salas. Consumo de Fibras Alimentares em População Adulta. **Revista de Saúde Pública**, vol.34, n.1, p. 50-55, 2000.



MCCRACKEN, Grant. **Culture and Consumption: new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities**. Bloomington: Indiana Press University, 1988.

\_\_\_\_\_. **Cultura & Consumo: Novas Abordagens ao Caráter Simbólico dos Bens e das Atividades de Consumo**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad. 2003.

McFERRAN, Brent; DAHL, Darren W.; FITZSIMONS, Gavan J.; MORALES, Andrea C. I'll have what she is having: effects of social influence and body type on the food choices of others. **Journal of Consumer Research**, v. 36, p.915-929, 2010.

MEDEIROS, Alexandre. **Batuque na Cozinha: as Receitas e as Histórias das Tias da Portela**. Senac Rio, 2004.

MILLER, Daniel. Consumo como Cultura Material. **Horizontes Antropológicos**, ano 13, n. 28, p. 33-63, 2007.

MOURA, Roberto. **Tia Ciata e a Pequena África do Rio de Janeiro**. Coleção Carioca, volume 32. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 1995.

NOGUEIRA, Nilcemar (org.) **Dossiê das matrizes do samba no Rio de Janeiro: partido-alto samba de terreiro samba-enredo**. Centro Cultural Cartola, 2006.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. "Olhar, ouvir, escrever". **O trabalho do antropólogo**. São Paulo: Ed. UNESP, 2006, p. 19-26.

PAPAVERO, Claude G. Dos feijões à feijoada, a transformação de um gênero comestível em mantimento básico brasileiro. In: **26ª Reunião Brasileira de Antropologia**. Porto Seguro: ABANT, 2008.

OTHS, Kathryn S.; CAROLO, Adriana; SANTOS, José Ernesto dos. Social Status and Food Preference in Southern Brazil. **Ecology of Food and Nutrition**, vol.42, p.303-324, 2003.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da Alimentação**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

ROCHA, Everardo. **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

ROCHA, Everardo; ARAUJO; Fábio Francisco; SCHULZE, Marianne Fatio. Ação entre Amigos: um estudo sobre as representações de consumo no seriado *Friends*. **Alceu**. v. 14, n.28, p. 62-88, 2014.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1976.

SANDERS, Clinton R. The animal 'other': Self definition, social identity and companion animals. **Advances in Consumer Research**, v.17, n.1, p.662-68, 1990.

SCHWANDT, Thomas. A. Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa. In: DENZIN, Norman K., LINCOLN, Yvonna S. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, p. 193-217, 2006.

SIMAS, Luiz Antônio. **Tantas Páginas Belas: Histórias da Portela**. Coleção Cadernos de Samba. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2012.

SLATER, Don. **Cultura, consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do consumidor. Comprando, possuindo e sendo**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TURETA, César; ALCADIPANI, Rafael. Entre o Observador e o Integrante da Escola de Samba: os Não-Humanos e as Transformações Durante uma Pesquisa de Campo. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v.15, n.2, p. 71-78, 2011.

VARGENS, João Baptista; MONTE, Carlos. **A Velha Guarda da Portela**. Rio de Janeiro, Manati, 2001.

VERGARA, Sylvia Constant; CALDAS, Miguel. Paradigma Interpretacionista: a Busca da Superação do Objetivismo Funcionalista nos Anos 1980 e 1990. In: Caldas, M.P.; Bertero, C.O. Teoria das Organizações. **Série RAE - Clássicos**. São Paulo: Atlas, 2005.

## Resumo

O samba é considerado um símbolo carioca, sendo muito comum encontros em grupos específicos para compartilhar o estilo musical. Esses encontros funcionam como espaço de representação e expressão sociocultural, interações e festejos, em que o consumo de variados tipos de pratos resulta em produção de sentidos que articulam festividade e alimento. Este trabalho tem como objetivo compreender o processo de construção de significados da tradicional feijoada na quadra da Portela por meio de uma pesquisa etnográfica. Realizou-se visitas à quadra da Portela para reconhecimento local, particularidades e identificação de interlocutores que mediassem a entrada no campo de estudo para empreender uma observação participante. Os resultados indicam que, embora tenha passado por mudanças no preparo, a feijoada da Portela se tornou um evento em que ocorrem as trocas simbólicas, contribuindo para construção dos significados que refletem e reconstroem a própria noção de “tradição” elaborada pelos integrantes da escola de samba.

**Palavras-chave:** Significados do consumo, experiência de consumo alimentar, samba, feijoada.

## Abstract

Samba is considered a symbol of Rio de Janeiro, and it is very common meeting in specific groups to share this musical style. These meetings function as a space for representation and sociocultural expression, interactions and celebrations, in which the consumption of various types of dishes result in the production of meanings that articulate the festivity and food. This study investigated the process of constructing meanings of the traditional feijoada at the Portela samba school. Visits to Portela were carried out to recognize the local, particularities and identify the research interlocutors that would mediate entry into the study field and then undertake a participant observation. The results indicate that, although it has undergone changes in preparation, Portela feijoada has become an event in which symbolic exchanges occur, contributing to the construction of meanings that reflect and construct the very notion of "tradition" elaborated by members of the samba school.

**Keywords:** Meanings of consumption, food consumption experience, samba, feijoada.