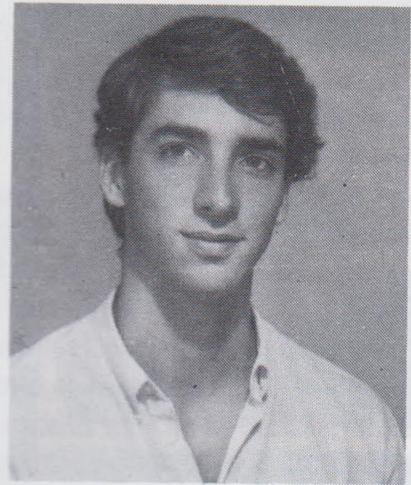


die Entfremdung

António Pedro Graça



A paisagem alimentar portuguesa altera-se com rapidez nestes últimos anos do séc. XX. E para que isso aconteça muito contribui uma população de 8 milhões de habitantes concentrados recentemente à beira-mar, sem capacidade individual ou organizada para escolherem com critério os alimentos que necessitam.

O número de produtos alimentares processados industrialmente e colocados à nossa disposição aproxima-se já dos 70%. Tende a desaparecer o leite e a surgirem as sobremesas lácteas, a diminuir o consumo de pão e a aumentar o dos cereais de pequeno almoço, a desaparecer a fruta e a surgirem os sumos e os néctares. Neste jogo do gato e do rato, deixa-se de ter necessidade de saber fazer, cheirar ou tocar e passa-se a ter de ler. Já não é necessário cheirar a fruta ou pressentir o pão quente, torna-se obrigatório saber apreciar rótulos e desflorar a confusa legislação. Situação dramática para a quase totalidade da população nacional, analfabeta funcional neste domínio complexo e que de repente tem de fazer face a uma selva de novos alimentos e aditivos. Ainda por cima estas escolhas difíceis são cada vez mais realizadas no anonimato dos grandes supermercados, feitas rapidamente (em menos de 1 hora compra-se para toda a semana) e num ambiente hostil ao discernimento.

Estamos pois no paraíso do marketing com uma população consumidora imatura, desprotegida, pouco conhecedora dos seus direitos, com uma alimentação

tradicional comedida e de baixa ingestão calórica, servida por uma indústria pouco agressiva e ainda por cima inserida neste espaço geográfico europeu com excesso de produção alimentar: não há fome que não dê em fartura.

As prateleiras alteraram-se rapidamente, criaram-se novas necessidades. O comediamento diário e a festividade ocasional deixaram de ter razão para existir. E a nossa alimentação tradicional feita de ciclos climáticos e religiosos tornou-se impotente face à refrigeração, à genética e à indústria que transformaram a opulência Pascal e Natalícia em festejos constantes, 365 dias por ano. Este aumento da ração calórica diária para a qual não estávamos biologicamente preparados, depois de milhares de anos de aperfeiçoamento e luta contra fome, arrastou consigo um cortejo de doenças metabólicas e degenerativas recentes onde encontramos a diabetes, o cancro, os acidentes cardiovasculares ou a obesidade.

A invasão de novos hábitos fez crescer em nós uma sensação que nos percorre ciclicamente sempre que enfrentamos novos valores e sentimos perder outros. Os alemães encontraram um vocábulo próprio para transmitir esta sensação de perda, este choque do passado, chamaram-lhe **die Entfremdung** ou seja: *o processo ao longo do qual o que nos foi próximo se tomou estranho*. Para quem está atento aos fenómenos sociais que arrastam novas práticas alimentares, esta nostalgia dos sabores de infância reflecte-se hoje com mais intensidade do que nunca. Assim, quando médicos e nutricionistas se sentiam já à beira do desfalecimento contra

a inevitabilidade consumista, eis que se reúne nesta década de 90, um vasto movimento social e político anticonsumista. Ecologistas contra os desperdícios, esquerdistas em luta contra o novo riquismo, a direita em defesa dos sabores pátrios, autarcas em volta dos valores regionais, a igreja em torno das refeições em família, compreenderam esta necessidade íntima e trouxeram um novo sopro a todos aqueles que desde há muito se sentiam desamparados neste processo.

Esta tentativa de retorno aos sabores tradicionais que em parte se perfila e se deseja, arrisca-se contudo a vir a sofrer da doença identitária, mesmo antes de se concretizar. Esta doença definida recentemente por Predrag Matvejevitche e que consiste em ver cada particularidade como um valor antes de este se confirmar como tal, tende a transformar as culturas nacionais em ideologia da nação. Arrisca-se a transformar a cultura regional (mesmo que nesta prevaleça apenas paixão futebolística) em ideologia da região.

Os gostos e sabores cultivam-se, educam-se, discutem-se, escolhem-se, mas nunca se obrigam e muito menos necessitam de regulamentação para sobreviverem.

Até breve



Sociedade Editora do Algarve, Lda.

EDITAMOS:
LIVROS · BOLETINS
RELATÓRIOS DE EMPRESAS
REVISTAS E OUTRAS PUBLICAÇÕES



CONSULTE-NOS

Rua Jornal do Algarve, 46 - 8900 Vila Real de Santo António - Telef.: (081) 511955/6/7 - Fax 511958