


“A coisa está ficando feia”: o consumo da carne de baleia no Brasil entre a História e Antropologia (1960-1963)

“Things are getting ugly”: The whale meat consumption in Brazil between History and Anthropology (1960-1963)

Fernando Cauduro Pureza

 <https://orcid.org/0000-0001-6363-0753>
Universidade Federal da Paraíba

Resumo: O presente artigo procura situar a entrada da carne de baleia no mercado brasileiro entre 1960 e 1963. Inicialmente favorecida pela ideia de “novidade”, o produto rapidamente caiu no “desgosto popular” e se tornou símbolo da carestia e da escassez de alimentos no período. Assim, a partir de interpretações relacionando História Social e Antropologia do Consumo, o que pretende se mostrar aqui é que as explicações para a rejeição da carne de baleia como forma complementar da dieta das classes populares passam pelo reconhecimento das suas experiências e dos valores que construíram sobre a alimentação. Dessa forma, nem os tabus alimentares instituídos e nem a mimetização do consumo das classes dominantes devem ser tomados como absolutos na tentativa de explicar porque a baleia não entrou nos lares brasileiros.

Palavras-chave: Alimentação. Consumo. Classes populares. Carne de baleia.

Abstract: The following paper intends to localize the entrance of whale meat in the Brazilian market between 1960 and 1963. In the beginning, favored by the idea of “novelty”, this product quickly fell under the “popular untaste” and became a symbol for scarcity and lack of food during the period. Therefore, from interpretations relating Social History and Anthropology of Consumption, what we intend to show here is that explanations for the rejection of whale meat as a manner of complement for the diet of the popular classes, passes through the acknowledgement of their experiences and values built over the nourishment. Therefore, neither the constituted food taboos and neither the emulation of ruling classes consumption should be taken as absolute facts while we are trying to explain why the whales did not enter Brazilian homes.

Keywords: Food. Consumption. Popular classes. Whale meat.

Introdução – a coisa vai ficando feia

Em fevereiro de 1962, o jornal *Última Hora*, do Rio de Janeiro, anunciava um novo samba que faria sucesso nas rádios e blocos do desfile de carnaval daquele ano. *Carne de baleia*, composto por Max Nunes e Afonso Brandão, com interpretação de Marina Miranda, virou uma espécie de “hit” da época, com um singelo refrão “A coisa tá piorando / Tá ficando muito feia / Já estou comendo / Carne de baleia”¹. A música, como fica evidente pelo refrão, tratava do fato de que a carne de baleia estava chegando ao Brasil, servindo para abastecer grandes capitais em meio ao contexto de carestia generalizada da época. Trata-se de um dos poucos registros da música popular acerca do cetáceo, referenciando uma prática que até então era lembrada somente pelas memórias individuais ou familiares e, eventualmente, nas páginas dos jornais da época.

Para fins deste artigo, contudo, não se trata de analisar os pormenores da entrada da carne



Esta obra está licenciada sob uma [Creative Commons – Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

¹ O pesquisador Cesar Gravier coleta músicas de carnavais e encontrou “Carne de Baleia” ao fazer um apanhado sobre as músicas do carnaval de 1962. Para a letra completa, ver: http://cesargravier.zip.net/arch2016-03-13_2016-03-19.html. Acesso em: 01 ago. 2020.

de baleia na dieta alimentar brasileira (que supostamente antecede o período aqui citado), mas sim a sua subsequente saída. Ou, melhor dizendo, tentar responder uma simples pergunta: por que, afinal de contas, a baleia não foi uma solução para resolver o problema da carestia, tal como esperava o poder público na época? Em linhas gerais, pode se dizer que essa foi uma iniciativa combinada entre mercado e Estado para trazer um novo elemento ao prato dos brasileiros, pensada como uma forma de suprir a necessidade de carne vermelha e reduzir os efeitos da carestia. Propagandas elaboradas, estratégias políticas delineadas... tão logo o alimento chegou, era apenas questão de tempo para que a carne desse mamífero marítimo, por sua própria coloração avermelhada e sabor semelhante ao de carne de gado, fosse incorporado no dia a dia de milhões de brasileiros. Mas não foi isso que aconteceu.

É possível argumentar que houve diversos fatores incidindo contra o consumo de carne de baleia. Mas do ponto de vista da antropologia do consumo, creio que o problema central é menos pensar na multiplicidade desses fatores e sim atentar para algo que escapava aos economistas, nutricionistas e políticos da época: como construir efetivamente um hábito alimentar? O olhar do historiador para a questão é inevitavelmente dotado de uma aura *post facto* – afinal, invariavelmente se sabe que a baleia não foi incorporada na dieta alimentar de praticamente nenhuma parte do Brasil nos dias de hoje. Mas o olhar do antropólogo, mais do que lidar com a expectativa dos promotores do consumo de carne de baleia ou com o fatalismo do historiador, acaba dependendo de uma perspectiva voltada justamente para os sentidos do consumo. E é nesse sentido que este ensaio pretende constituir uma reflexão sobre os limites de pensamentos naturalistas e economicistas acerca do consumo, transitando entre História e Antropologia.

A baleia e seu contexto

A entrada da baleia no mercado brasileiro é, em última instância, uma história de fracasso. O mamífero nunca foi um protagonista na dieta alimentar brasileira, apesar da caça ao animal ter sido frequente ao longo dos séculos XVII, XVIII e XIX (EDMUNDSON; HART, 2014)². Hábito alimentar comum e apreciado no Japão, na Europa ele sempre foi visto como algo relacionado a períodos de escassez e carestia em países nórdicos – a baleia, por sua carne gordurosa, era uma fonte proteica adequada aos países frios, sendo que a Noruega parece ter sido uma das principais consumidoras da carne no século XX (OSLUND, 2004). Ainda assim, em 1958, o governo de Juscelino Kubitschek deu início a uma parceria com a Taiyo Fishing Company, conglomerado japonês que se valeu da *joint venture* Companhia Pescados Oceania. Nessa parceria, era concedido ao conglomerado permissão para que utilizassem as águas brasileiras para a caça de baleias e pesca de atum e demais peixes. A caça às baleias promovida por empresas japonesas em águas brasileiras já era uma realidade em Costinha, na Paraíba, desde 1957. A Nippon Reizo Kabushiki Kaisha se instalara na região e promovia, no porto de Cabedelo, uma pesca que já existia de forma rudimentar desde 1911 pelas mãos da Companhia de Pesca Norte do Brasil (COPESBRA) (KISHIWADA, 2007, p. 3-4). Todavia, a caça às baleias até então era voltada para dois grandes mercados: o próprio Japão (incluindo pretensões de abastecer a comunidade japonesa residente no Brasil) e a França (especialmente para a exportação de barbatanas).

A Taiyo Fishing Company, por sua vez, instalou-se na região sudeste, no Arraial do Cabo, em Cabo Frio-RJ, no ano de 1960. A região tinha sido foco de pesca de alto mar até o século XIX e contava ainda com uma estrutura para tanto. Todavia, o contrato firmado com o governo brasileiro, na sua segunda cláusula, deixava claro que a Taiyo vinha para o Brasil com um propósito bastante dirigido: adentrar no mercado consumidor nacional. Segundo consta no texto da concessão de

² De fato, a caça à baleia é um elemento curiosamente imbricado nas narrativas acerca da formação do capitalismo. A utilização de óleos e farinhas derivadas dos cetáceos alimentava uma série de indústrias e algumas das mais famosas prosas literárias identificadas com a ascensão do capitalismo histórico estão ligadas à essa prática – a dizer, Moby Dick e Robinson Crusóé.

pesca, a produção da carne de baleia teria como objetivo o “abastecimento do povo brasileiro com a carne de baleia e demais produtos fabricados”³. É difícil, contudo, saber ao certo se tal iniciativa fora promovida pelos executivos japoneses ou pelos membros do governo Kubitschek. Ainda assim, a Taiyo parece ter compreendido que sua árdua tarefa exigia esforços de grande monta e trouxe, então, dois navios baleeiros e um navio de transporte frigorífico.

William Edmundson e Ian Hart, ao analisarem a trajetória da Taiyo no Brasil, acreditam que a empresa deixou-se seduzir pela possibilidade de abastecer aquela que seria a maior comunidade japonesa fora do Japão, a maioria deles concentrados no estado de São Paulo. Dessa forma, o investimento financeiro da empresa compensaria pois teria, dentre os *nikkei*, consumidores garantidos para seus produtos (2014, p. 168). Todavia, os autores também reconhecem que o conglomerado investiu pesadamente em publicidade na época. No começo de julho de 1960, quando finalmente dera início às suas atividades baleeiras, a Taiyo convidou o jornalista Neil Ferreira, da *Folha de São Paulo*, para fazer uma longa matéria sobre a pesca do animal em Cabo Frio, na Praia dos Anjos. A reportagem de seis páginas, ilustrada com fotos, foi acompanhada de inúmeros cartazes e charges publicitárias no jornal enfatizando não apenas as vantagens nutricionais da carne de baleia como também promovendo receitas, tais como “bife à milanesa”⁴ e “espetinhos”. A baleia, nesse sentido, era tratada como carne de gado, numa tentativa de torná-la mais palatável para o público brasileiro.

Nos primeiros meses, de fato, a baleia foi um sucesso. Apresentada como uma novidade nutritiva, médicos e nutricionistas anunciavam que a carne do animal era igual a carne de boi⁵. No Rio de Janeiro, o jornal *Última Hora* anunciava a primeira leva de carne de baleia dizendo que os cariocas agora comeriam “bifes bossa nova”, numa clara alusão à novidade⁶. De fato, no primeiro mês de caça, a demanda superou a produção e os mercados estavam vendendo a carne de baleia em preço semelhante ao da carne de gado. Isso certamente deve ter motivado os empresários japoneses que contrataram caminhões frigoríficos, levando a carne do animal para capitais como São Paulo e Porto Alegre. Todavia, em pouco tempo a demanda despencou, o que indica que, de fato, o que motivara a procura pelo alimento foi apenas a sensação de “novidade” e, em pouco tempo, o preço do quilo da carne de baleia chegou à metade do preço da carne de gado nos açougues das grandes cidades. À medida que o preço caiu, seria de se pressupor que a carne daquele mamífero aquático poderia ser um substituto proteico para os mais pobres, o que era divulgado inclusive pela própria Taiyo, que anunciava seu produto ainda mais barato para abastecer “hospitais, escolas, quartéis, internatos, açougues e público em geral”⁷.

Todavia, se a esperança residia nos mais pobres, tanto o conglomerado japonês quanto o governo brasileiro viram-se diante de um dado surpreendente. A carne de baleia seguia “encalhada” nos frigoríficos e açougues. A carne de gado, com seus preços cada vez mais altos, fazia parte da dieta alimentar das classes populares – mesmo que os cortes nem sempre fossem os mais apreciados ou os mais nobres. Na falta de carne de gado, ao invés de recorrerem a denominadores mais baratos num cálculo racional e individual, o que se apresentou foi algo distinto: por iniciativas de setores populares e das classes médias, ao invés de aderirem a uma nova dieta alimentar, passaram a fazer “greves anti-fome” para derrubar o preço da carne de gado⁸. Tais ações de boicote e mobilização indicam, por sua vez, que o consumidor razoável que colocava o preço acima do seu benefício preferia armar-se coletivamente em prol da carne bovina do que simplesmente trocar um

³ *Diário Oficial da União*. 20 de junho de 1960, seção 1, parte 1, página 9291.

⁴ É difícil mapear o anedotário popular sobre a carne de baleia, mas convém ressaltar que numa informal conversa com meu pai, ele confessou que já havia comido carne de baleia e que minha avó preparava os bifes à milanesa. Quando indagado sobre o gosto, meu pai recorreu a uma máxima de alguma sabedoria: “nada que seja à milanesa é ruim, né?”. É possível que os publicitários a serviço da Taiyo Fishing Company compartilhassem dessa premissa.

⁵ “A carne de baleia é igual a de boi”. *Diário de Notícias*. Porto Alegre, 26 de julho de 1960, p. 2.

⁶ “Baleia já está aí: carioca vai comer bifes ‘bossa nova’”. *Última Hora*. Rio de Janeiro, 14 de junho de 1960, p. 2.

⁷ “Propaganda da Taiyo Fishing Company”. *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 8 de agosto de 1962.

⁸ Anais da Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Livro VI, agosto de 1960, p. 71.

elemento de sua dieta.

Há diversos outros casos na história que indicam que essa figura do consumidor dotado de uma razão que pondera custo e benefício de forma aritmética é uma construção social e discursiva e que nem sempre encontra amparo na realidade. E.P. Thompson, por exemplo, ao tratar da questão da exploração durante a Revolução Industrial na Inglaterra, mapeia que um dos resultados comuns era de que os operários, quando recebiam seu pagamento, gastavam nos melhores cortes de carne, mas que no final do mês, já não tinham o suficiente nem para os miúdos. Tanto pior: a percepção geral da piora das condições de vida dos operários urbanos era justamente que agora eles estavam substituindo o trigo, que retomava os tempos da abundância camponesa, pelo consumo de batatas, considerada um tubérculo pouco nutritivo por muitos deles (THOMPSON, 1988, p. 36-37). Ter que mudar os produtos de uma dieta por contenção econômica parece algo mais complexo do que fazem parecer economistas e estatísticos que elaboram engenharias com o orçamento doméstico sem considerar, por sua vez, quais os valores que os sujeitos constituem acerca da sua “capacidade de reprodução da força de trabalho”. No caso, se havia a expectativa de que a carne de baleia substituísse a carne de gado, isso não ocorreu. E, conforme a euforia inicial passou, a rejeição ao cetáceo foi ficando mais evidente.

De fato, um dos episódios mais marcantes da rejeição à carne de baleia foi uma greve de fome ocorrida alguns meses depois da sua introdução no mercado. Uma greve de fome, convém ressaltar, organizada por estudantes da Escola Técnica Nacional, contrários a substituição feita na dieta alimentar do refeitório da escola⁹. Como se sabe, a baixa procura pelo produto fez a empresa investir em publicidade para escolas, hospitais, sanatórios e quartéis, pressupondo que justamente em lugares onde o aparato disciplinar fosse rígido o suficiente, o hábito da carne de baleia seria constituído com maior facilidade. Mas a greve de fome dos alunos é um indicativo de que essa rejeição não seria resolvida por meio dos mecanismos disciplinares tradicionais. Ainda assim, a Taiyo seguiu seus esforços em propaganda, tentando contar com a ajuda do governo de Jânio Quadros. Em 22 de julho de 1961, diante do XXIV Congresso Nacional de Estudantes, a ser realizado no estádio de Caio Martins, em Niterói, a Taiyo tentou mais uma cartada em termos de publicidade: a empresa ofereceu a todos os estudantes um farto churrasco feito com carne de baleia¹⁰. Contudo, tais iniciativas não conseguiam dar conta de textos irônicos, charges, crônicas e demais elementos nos periódicos que depreciavam o alimento. Para além disso, o ano de 1962 havia sido bastante prejudicial para a Taiyo Fishing Company: para além da marchinha de Max Nunes e Afonso Brandão no carnaval, a empresa enfrentou dura greve em julho daquele ano, procurando reprimir as manifestações paredistas e acumulando processos trabalhistas. Em 1963 a empresa viu-se obrigada a terminar suas operações diante de uma demanda baixa pela carne e uma consequente luta operária que exigia aumento de 100% do salário para poder lidar com a alta inflacionária da época.

A história do fracasso da Taiyo pode ser contada, segundo Edmundson e Hart, por uma série de “faltas”. Teria “faltado” ao consumidor brasileiro adquirir o gosto pela iguaria baleeira, tão valorizada pela culinária japonesa; teria “faltado” ao operário brasileiro maior tolerância para com os métodos empresariais do conglomerado nipônico; teria “faltado” uma atuação mais próxima do poder político para com a atividade pesqueira, blindando-a dos discursos nacionalistas da época. Todas essas “faltas”, contudo, demonstram o risco que a Taiyo corria ao aderir ao plano de abastecer o Brasil com carne de baleia. E convém destacar, ainda assim, que se tratava de um período de carestia, onde os salários eram engolidos pela alta de preços e por um custo de vida que se mantinha alto. O mercado brasileiro recebia, portanto, a oferta de uma nova mercadoria que poderia solucionar parte de seus problemas, se ao menos ele tivesse adentrado na dieta nacional. De fato, alguma espécie de consenso parece ter sido fabricado para acreditar que a carne de baleia

⁹ “Carne de baleia provocou greve”. *Última Hora*. Rio de Janeiro, 7 de outubro de 1960, p. 3.

¹⁰ “Churrasco de baleia”. *Última Hora*. Rio de Janeiro, 22 de julho de 1961, p. 8.

era realmente a solução para os problemas da carestia.

Uma racionalidade mais utilitarista poderia, por exemplo, poderia indicar que o consumo do cetáceo aliviaria a pressão sobre o preço da carne de gado e, portanto, a função da carne de baleia seria basicamente a sua capacidade de baixar os preços da alimentação. Contudo, o que a imprensa indicava é que para os nutricionistas e médicos consultados, a carne possuía a vantagem de ser altamente calórica, o que poderia solucionar déficits nutricionais da população¹¹ – no que convém ressaltar, isso tinha impactos também nas concepções econômicas, tendo em vista que a política salarial no Brasil foi amparada em cálculos estatísticos acerca das calorias ingeridas pelos trabalhadores (OLIVEIRA, 2006, p. 36-38). Mas para além do utilitarismo de ordem economicista ou da obsessão estatística com as calorias, o fato é que os consumidores não aderiram à carne de baleia senão em seus primeiros meses. Passado o furor com a novidade, rejeitaram abertamente o novo produto e a carestia seguiu sendo um problema do cotidiano das classes populares brasileiras.

A pergunta que norteia este pequeno ensaio, então, é simples: afinal, por que, a despeito de haver duas racionalidades que balizavam a opção pela carne de baleia como uma “escolha racional”, os consumidores agiram, por assim dizer, “irracionalmente”? Nesse ponto, é importante deixar a investigação histórica em suspenso e propor, a partir de uma leitura acerca de Mary Douglas, Marshall Sahlins e Edward Thompson, uma reflexão sobre a “irracionalidade” daqueles que não aderiram ao cetáceo.

Irracionalidades eletivas

O uso do termo “irracionalidade” aqui não é mero emprego retórico. Para uma reflexão baseada na economia política, a razão poderia ser uma faculdade humana objetivada em números, quantificada em termos de precificação das mercadorias. Assim, se o preço do produto consumido estivesse maior do que o rendimento individual ou familiar poderia arcar, seria apenas lógico que, visando a poupança, o consumidor mudasse seu hábito. Segundo Mary Douglas e Baron Isherwood, essa disposição em enxergar o consumo como “opção feita de maneira racional” encontra-se na obra de Milton Friedman, *A theory of the consumption function* (1957). No âmago dessa teoria, Friedman procurou demonstrar que tanto renda quanto consumo são elementos “permanentes”, como formas de orientação para os atos dos consumidores. Dessa maneira, o ato de poupar e a prudência econômica para com a renda torna-se comum em populações mais dependentes do capital humano (como fica evidente nas distinções entre fazendeiros ou não-fazendeiros, ou entre brancos e negros). Contudo, Douglas e Isherwood contestam essa posição afirmando que a teoria de Friedman “não pode explicar as atitudes de falta de parcimônia, de ‘deixarmos que o amanhã tome conta de si’ dos trabalhadores, bebendo sua renda transitória em cerveja, para desespero dos assistentes sociais” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 96). Não caberia retomar aqui a discussão do consumo conspícuo nas classes populares, mas é digno de nota que a crítica dos antropólogos ao modelo de Friedman pode permitir uma importante aproximação sobre a questão da carne de baleia¹². A ideia de uma lógica permanente e racional

¹¹ Em artigo de novembro de 1961 no jornal *O Estado de São Paulo*, a colunista Irma Fioravanti afirmava que “se os pobres souberem que a carne de baleia é tão nutritiva quanto a de gado, vão optar pela primeira, pois é muito mais barata e pouparão dinheiro”. Aqui ela combinava tanto uma racionalidade utilitarista, preocupada com o preço da carne de gado, quanto a valorização dos aspectos nutricionais da carne de baleia. Ver: “A cozinha e a saúde”. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 01 de novembro de 1961, p. 22.

¹² Há uma vasta literatura na sociologia e na história que apontam os limites de certas teorizações justamente demonstrando como a suposta “irracionalidade” do consumo conspícuo é, na verdade, baseada em formas de racionalidade que não aquelas da economia política. Em *A integração do negro na sociedade de classes*, Florestan Fernandes identificou um comportamento de consumo conspícuo e pouco inclinado à poupança, que condenava a moderação alimentar. (FERNANDES, 2008, p. 187) Argumento semelhante, mas em contextos diferentes, podem ser visto em Thompson (1987) e Hoggart (1973), no que os operários se regalam a carne de qualidade e em abundância nos bons tempos e se sujeitam aos cortes menos nobres nas piores épocas, sem qualquer prudência com os gastos. Nesse caso, Douglas e Isherwood consideram que elementos de reciprocidade (como “pagar as bebidas”, ou “fazer churrasco para vizinhos”) são essenciais em uma série de dinâmicas locais sobre o consumo. Numa cultura de classe trabalhadora,

sobre gasto e poupança poderia mediar reflexões do poder público, pressupondo que a introdução de uma carne mais barata faria com que as classes populares, mais precarizadas e marginalizadas, optassem pela baleia. Isso reduziria a pressão na demanda da carne de gado e, por sua vez, essa também baixaria o preço.

Todavia, não foi isso que aconteceu. O preço (e toda a racionalidade em termos de consumo e poupança que o acompanha) não era razão suficiente para que os mais pobres consumissem a baleia e, nesse caso, temos de analisar outra ordem de impedimentos. Uma delas pode ser uma aversão que já era prevista pela própria Taiyo Fishing Company, já que durante o ano de 1960, os principais jornais do país foram bombardeados de publicidade acerca da carne de baleia, tudo à serviço da multinacional japonesa. Para “driblar” a rejeição, sabiam que além dos preços baixos, deveriam também exercitar um certo trabalho de convencimento, uma espécie de “educação alimentar” para tirar os preconceitos para com as baleias. Era preciso, em última instância, alterar os hábitos da população e fazê-la livrar-se de suas “peculiaridades” para que pudessem agir dentro de uma racionalidade econômica (preço mais barato) e nutricional (calorias necessárias para a subsistência). Se, nesse meio tempo, os consumidores fossem convencidos de que o sabor seria igual ao da carne de gado, tanto melhor. Algumas propagandas foram bastante bem sucedidas e contaram com políticos locais em sua defesa, alegando não haver qualquer diferença entre o filé mignon e o filé de baleia¹³. Segundo Hart e Edmundson, a campanha publicitária parece ter tido efeito e nos primeiros meses o alimento foi um sucesso de vendas. Mas tão logo passara o furor inicial, o consumo declinou, o que faz com que os autores considerem que o fator “novidade” foi o que impulsionou o consumo inicial. Assim, nem preço e nem publicidade deram conta de resolver o problema da rejeição à baleia no médio prazo.

Destaque em especial para a ideia de “novidade”, pois ele sugere duas ordens de problemas a serem analisados: o primeiro deles é que ainda que os ricos estivessem sugerindo o consumo da “novidade”, ela não parece ter sido emulada pelas classes populares, como seria previsível a partir de determinada teoria do consumo de ordem vebleniana¹⁴ – ou ao menos não foi na escala desejada pela companhia japonesa. A tentativa de demonstrar que as classes mais abastadas comiam a carne não gerou o efeito desejado e a demanda pela novidade ficou estagnada, ou até mesmo caiu nos meses seguintes a sua introdução.

O segundo problema, por sua vez, remete a uma possível hipótese de que a baleia representaria alguma espécie de tabu alimentar aos brasileiros, nos moldes analisados por Marshall Sahlins em seu ensaio “*La pensée bourgeoise, a sociedade ocidental enquanto cultura*” e que a novidade não teria sido suficiente para desconstruir esse tabu alimentar¹⁵. Essa hipótese esbarra no fato de que inicialmente houve, de fato, um breve período em que o consumo de carne de baleia foi registrado – um consumo, convém repetir, maior do que a produção do alimento nas águas de Cabo Frio. Seria no mínimo curioso que a baleia voltasse a se tornar um tabu depois de alguns meses de experimentação na dieta brasileira.

Acerca do primeiro problema, convém destacar que a ausência de um processo de

por exemplo, “o dinheiro excedente devia ser gasto de maneira apropriada, na festa pública, e não no deleite privado”. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 237).

¹³ Essa observação foi feita pelo vereador de Porto Alegre, Antônio Giúdice (PTB), em sessão da Câmara dos Vereadores da cidade em agosto de 1960. Ver: Anais da Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Livro VII, agosto de 1960, p. 119.

¹⁴ A teoria do consumo vebleniana pressupõe que as elites ociosas, ao estabelecerem sua identidade por meio do consumo, geram uma espécie de efeito cascata, no qual as classes populares passam a “emular” as elites – que, moto-contínuo, acaba por desenvolver novas formas de consumo para diferenciar-se dos populares. Para mais, ver VEBLEN, 1985b. Douglas e Isherwood consideram, por sua vez, que a ideia de emulação vebleniana encontra seus limites justamente na autonomia dos códigos e significados das classes populares, o que sugere a dificuldade de encontrar correspondência imediata entre os valores atribuídos às mercadorias.

¹⁵ O termo “tabu alimentar” é apresentado por Edmund Leach em seu ensaio “Aspectos antropológicos da linguagem: categorias animais e insulto verbal”, referindo-se às proibições de carnes e lançando a hipótese de que eles estão ligados à linguagem e à nomenclatura que lhes é dada. Não cabe aqui percorrer essa hipótese, mas a ideia de que o tabu representa algum tipo de “profanação” (LEACH, 1983, p. 176-177) de normas tácitas (ou às vezes explícitas) parece encontrar relativa correspondência em alguns dos críticos da carne de baleia.

emulação específico ao consumo de carne de baleia estaria relacionada a um outro problema que é o padrão de comportamento que se poderia querer emular – no caso, aquele identificado com consumidores mais abastados. A carne chegou aos mercados brasileiros com certa aura de exotismo, mas ela não estava evidentemente vinculada ao *habitus* de um grupo dominante – ao contrário, por exemplo, do ato de comer fartamente carne de gado (ORLOVE, 1997, p. 243). Ao analisar a difusão dos tecidos ingleses na sociedade indiana dos séculos XVIII e XIX, C. A. Bayly argumentara que o processo de emulação da “novidade” têxtil pouco tinha a ver com a qualidade superior dos tecidos trazidos pelos ingleses no império Mughal, mas sim com as iniciativas das elites locais e regionais em emularem a posição de poder e prestígio dos próprios ingleses, o que por sua vez gerou uma verdadeira crise de legitimidade no poder de tais grupos (BAYLY, 2008, p. 377-378, p. 380-381). Todavia, a carne de baleia não possuía o mesmo prestígio. De fato, ao anunciar os bifes “Bossa Nova” em 14 de junho de 1960, o jornal *Última Hora* entrevistara Helena Sangirardi, jornalista e radialista especializada em culinária, que afirmava não ter provado a carne, mas que estava procurando receitas para a mesma. Todavia, a reportagem seguia a partir do momento que a entrevistada pegara seu dicionário *Larousse Gastronomique*, um compêndio enciclopédico de ingredientes e receitas da culinária francesa e transcrevia a leitura de Sangirardi: “a carne deste cetáceo constituía o principal alimento dos pobres da Idade Média. É das mais indigestas e continua dura, mesmo depois de cozinhar”, afirmando que a aparência se assemelhava a da carne de vaca, “mas longe de parecer no seu sabor”¹⁶.

Certamente não foi um dos mais promissores anúncios da carne de baleia e, para piorar, dito a partir das palavras de uma estudiosa sobre o tema. A reportagem tentou ainda consertar o depoimento, afirmando que “D. Helena sorriu e acrescentou que ainda assim vai experimentar”. Logo, a novidade da carne de baleia apresentava-se como produto exótico, é bem verdade, mas de um exotismo identificado à pobreza e à pauperização, o que possivelmente afastou os mais ricos dessa iguaria. Assim sendo, os processos de emulação no consumo da carne estariam fragilizados: se os ricos não comiam a baleia, por que deveriam os pobres comê-la? Disso se depreende que mesmo que aceitemos explicações sobre o comportamento dos consumidores por meio da ideia de emulação, parece bastante evidente que é fundamental olhar para o que é emulado. No caso da carne de baleia, se confiarmos no *Larousse Gastronomique* e no alcance de “D. Helena” no jornal, a única possibilidade de emulação colocada era a de reproduzir uma dieta dos pobres na Europa medieval.

Pode-se dizer, portanto, que a carne de baleia não atribuía prestígio algum aos seus consumidores da elite e o acesso à novidade beirava ao folclórico. Sem envolver um processo de emulação, a rejeição poderia ser explicada a partir da ideia de que não estava no horizonte dos pobres brasileiros “tornarem-se” pobres camponeses do feudalismo europeu. Tal leitura, contudo, pode recair em outro erro, que é o de considerar que o produto estaria, então, ligado a tabus alimentares restritos e que, por conta disso, a baleia não atingiu o sucesso esperado pelo poder político e pelo mercado. Mas não consta que esse seja o caso específico.

Por que não haveria, afinal, tabus para com a carne de baleia? Creio que uma das razões para isso pode ser melhor visualizada a partir do conceito de Maurice Godelier de “racionalidade econômica intencional”, ou seja, uma racionalidade adaptada a um sistema de regras sociais elaboradas conscientemente para melhor atingir seus objetivos (GODELIER, 2010, p. 61). Se pensado para as classes populares brasileiras das grandes cidades na década de 1960, esse conceito dificulta a utilização da distinção totem e tabu alimentar, pois acaba perdendo de vista a intencionalidade para quais certos tabus são erigidos. Um exemplo disso pode ser visto na literatura da escritora Carolina Maria de Jesus. Em sua obra, *Quarto de despejo: diário de uma favelada*, a autora narrou seu cotidiano na cidade de São Paulo quando teve que catar comida do lixo para se alimentar. O tabu das normas de higiene era incorporado pela autora, como fica evidente neste

¹⁶ “Baleia já está aí...”, p. 2.

trecho:

Quando cheguei do palácio que é a cidade os meus filhos vieram dizer-me que havia encontrado macarrão no lixo. E a comida era pouca, eu fiz um pouco do macarrão com feijão. E o meu filho João José disse-me:

- Pois é. A senhora disse-me que não ia mais comer as coisas do lixo.

Foi a primeira vez que vi minha palavra falhar. Eu disse:

- É que eu tinha fé no Kubtschek.

- A senhora tinha fé e agora não tem mais?

- Não, meu filho. A democracia está perdendo seus adeptos. No nosso paiz tudo está enfraquecendo. O dinheiro é fraco. A democracia é fraca e os políticos fraquíssimos. E tudo que está fraco, morre um dia. (JESUS, 1960, p. 35)

Deixando momentaneamente de lado o aspecto “profético” da obra, escrita quatro anos antes do golpe civil-militar de 1964, o que se destaca aqui é justamente como a ideia de um tabu pode ser violado em determinadas condições quando a própria subsistência se encontra ameaçada. Logo, a “racionalidade econômica intencional” implicaria aceitar a necessidade de fazer aquilo que, em determinada ordem social, seria impensável: comer do lixo. Esse olhar que Godelier proporciona, é bem verdade, é focado em sociedades estáveis e sua relação com o meio-ambiente; todavia, ao transferir o conceito para sociedades urbanas e com relações sociais amparadas na divisão social do trabalho sob a égide do capitalismo, ele pode ganhar vitalidade enquanto forma de refletir para um dado importante: as intenções dos sujeitos não estão ancoradas em cálculos racionais de custo-benefício baseados em renda. A mudança de comportamentos de consumo quando os objetivos dos agentes estão em risco (pressupondo que a subsistência seja um objetivo constante) poderia indicar que os tabus, em certo sentido, são reinventados e reformulados. Mas o problema é que a subsistência talvez não seja o único objetivo constante que os sujeitos têm, há também a necessidade de manutenção de certas normas sociais – ou o desejo de sua ruptura iminente. Logo, se Carolina de Jesus tivesse acesso à carne de baleia – e não consta em sua obra que isso tenha ocorrido – ela certamente poderia recorrer a ela para garantir sua subsistência, mas até que ponto a baleia, assim como a comida encontrada no lixo, não representariam uma violação grave das normas sociais em prol de saciar a fome?

Para responder essa pergunta, talvez seja necessário tentar mapear uma hierarquia das violações de acordo com os tabus existentes na vida social. Sem dúvida, Carolina Maria de Jesus entendia que comer do lixo era uma violação da norma (amparada em noções de higiene). Todavia, a fome também teria de ser entendida como violação da norma e, portanto, caberia a ela procurar hierarquizar a relação entre ambas. Em outras palavras, as escolhas dadas nesse contexto implicavam em flexibilizar um dos tabus. Tal flexibilização, cujo custo moral tende a ser difícil de mensurar, é tema recorrente em épocas de carestia – e por vezes, é possível dizer, incorre em especial na população negra mais pobre, no contexto das Américas¹⁷. Em linhas gerais, a carestia no capitalismo desafia os tabus do *pensée bourgeoise*, para colocar nos termos de Sahlins¹⁸.

Mas o próprio Marshall Sahlins afirma que as noções de tabu no *pensée bourgeoisie* são elas também relativas. A razão cultural sob as distinções categóricas de comestibilidade entre cavalos, cachorros, porcos e bois que o antropólogo avaliara na sociedade americana pós-crise de 1973 é até hoje um dos textos mais aclamados justamente por propor romper com as distinções

¹⁷ Essa tese é levantada por Rana A. Hogarth em *Medicalizing Blackness: making racial difference in the Atlantic World, 1780-1840*. Em seu terceiro capítulo, “Incorrigible dirt eaters”, Hogarth mostra que o hábito de comer terra foi um tabu especificamente criado nas sociedades brancas para definir hábitos de homens e mulheres negros escravizados. O hábito, em suas muitas dimensões, foi invariavelmente racializado e identificado com religiões de matriz africana, como o Obeah caribenho. Ver: HOGARTH, 2017, p. 85-86.

¹⁸ Tal frase pode parecer demasiadamente assertiva, é bem verdade. O historiador Edward Thompson a faz de forma muito mais sofisticada, afirmando que o olhar para essas tensões sobre aquilo que ele designou de “economia moral” implica compreender como uma determinada hegemonia se articula, se reinventa e, por vezes, é contestada, diante da impossibilidade de promover todas as necessidades (THOMPSON, 2005, p. 261).

entre “razão material” *versus* “razão cultural” (SAHLINS, 2003, p. 171). Por caminhos distintos ao de Godelier, Sahlins chega a conclusões parecidas ao anunciar que os tabus possuem uma dimensão absoluta (a carne de cachorro em oposição direta a de gado nos termos de uma comestibilidade), mas também relativa à medida que olhamos para casos intermediários (como a relação para com a carne de cavalo ou com a carne de porco), nos quais a aproximação para com os tabus tem a ver precisamente com a capacidade de comparação por parte do consumidor.

O próprio caso da carne de cavalo, analisado por Sahlins, acaba fornecendo uma interessante pista para pensar nessa relação de flexibilidade dos tabus. Como salienta sua análise, a crise econômica de 1973 gerou fissuras no sistema de alimentação americano, com autoridades governamentais sugerindo – como meio de driblar a inflação e a alta dos preços – que os americanos alterassem sua dieta, pensando nas vísceras e em partes menos nobres do gado. E, como se a “ofensa” não fosse grande o suficiente, não faltaram iniciativas para introduzir a carne de cavalo na dieta americana (SAHLINS, 2003, p. 172-173). A reação, claro, foi imediata e várias vozes se voltaram contra o consumo da carne de cavalo, alegando que o animal recebia afeto – ao contrário das vacas – e, portanto, não deveria ser comido. Ainda assim, as hierarquias em torno dos tabus na sociedade americana da década de 1970 puderam relativizar o cavalo em prol de um outro tabu, que seria constituir, então, uma dieta sem carne. E, nesse aspecto, destaca-se também a outra parte da balança, que é justamente a total inviabilidade do consumo de carne de cachorro nessa mesma sociedade à beira da carestia.

Mas ao olhar para a sociedade brasileira da década de 1960, seria possível perguntar se essa hierarquia se manifestaria de forma semelhante. De fato, é perfeitamente plausível reproduzi-la na mesma ordem a que Sahlins se refere (cachorro, cavalo, porco e gado, por ordem de comestibilidade), mas há nuances. Se a domesticidade é crucial (pois “não é fino mandar cortar alguém a quem você foi apresentado”), ela também precisa ser relativizada à luz de certas práticas populares. A ideia de usar a carne de gato para “churrasquinho” e o couro para “tamborim”, por mais violenta que pareça, é algo presente dentro de uma cultura popular com escassos recursos tanto para comer quanto para se divertir – embora seja importante considerar que o tabu para com os cães seguiu relativamente intocável. De toda a forma, carne de gado e carne de porco eram, sem dúvida, elementos cruciais da comestibilidade proteica na dieta brasileira. O elemento distintivo nas duas hierarquias, contudo, pode ser visto a partir da entrada da carne de baleia. Afinal, onde essa nova mercadoria se situaria nessa ordem formada por tabus alimentares?

Por não ser domesticada (como cães ou cavalos), a baleia poderia aproximar-se de animais como porco e peixe, cujo sabor é valorizado e sua capacidade nutritiva era incontestável. Mas a medida que o sabor parecia ser justamente o problema, é inegável que a tentativa de a comparar com a carne de gado foi infrutífera, pois os sabores não eram os mesmos – por mais que alguns políticos afirmassem que não sentiam qualquer diferença entre “filé mignon e filé de baleia”. A tentativa de aproximar o gado da baleia, por mais constante que fosse na publicidade da Taiyo Fishing Co, parece não ter surtido efeito. E outro dado aponta que talvez o lugar da carne de baleia estivesse mais abaixo na hierarquia da comestibilidade de animais no Brasil na década de 1960.

Em novembro de 1960, já passada a euforia inicial com a entrada do produto no mercado brasileiro, notícias vindas do Rio de Janeiro indicavam que uma fraude estava ocorrendo nas praças e feiras livres da cidade. Um cavalo havia sido encontrado morto e “descarnado”, perto do campo de Washington Vila. O dono do cavalo, Avelino de Andrade, afirmou que o animal fora morto “por marginais” e a carne dele seria vendida “como se fosse carne de baleia, já que o sabor é o mesmo”.¹⁹ Ao que consta, isso também vinha ocorrendo em zonas mais afastadas do centro, como na região de Padre Miguel. De fato, no dia 30 de outubro, um dos líderes dos ladrões de cavalo da região, um sujeito chamado “Pingo”, havia sido assassinado – supostamente por seus comparsas;

¹⁹ “Cavalo passa por baleia na alimentação do povo”. *A Luta Democrática*. Rio de Janeiro, 5 de novembro de 1960, p. 1-2.

de fato, o roubo de cavalos para abastecer os mercados com carne clandestina e imitando a carne de baleia parecia ser uma prática que estava desafiando os limites da disposição dos mercados.

O jornal, em sua investigação, não parece ter encontrado muitos outros fatos que dessem suporte a versão de Avelino de Andrade, mas resolveu levar adiante a conjectura do dono do animal e, na semana seguinte, entrevistou a presidente da Associação das Donas de Casa do Rio de Janeiro, Iaiá Silveira, sobre o ocorrido²⁰. O seu relato é uma afirmação precisa da hierarquia de comestibilidade tal como evidenciado por um *pensée bourgeoise* 'à brasileira': "Isso é um crime. O que causa repugnância é que estão iludindo a população. Se as donas-de-casa não aceitaram inteiramente a carne de baleia, como querer que comamos carne de cavalo? Depois virão os cachorros, os gatos, etc. Isso não é possível"²¹. A prática, segundo os policiais que faziam a fiscalização das feiras, envolvia transformar a carne em linguiça, para que os consumidores não soubessem a diferença. Disso decorria que, nas feiras livres, o produto era vendido por 40 cruzeiros abaixo do preço tabelado.

Em certo sentido, dona Iaiá Silveira conseguiu situar a carne de baleia a partir de suas experiências (as quais ela colocava como representativas de uma categoria, a dizer, a das donas de casa), colocando cães e gatos na posição do tabu mais extremo, os cavalos como elemento próximo e a baleia um pouco mais acima dos equinos. Ainda assim, a baleia seria também algo que não fora passível de aceitação. E disso decorre que o tabu alimentar constituído sobre ela era, em última instância, mais flexível do que aquele que residia sobre a carne de cavalo – que não bastasse o sabor e a domesticação do animal, ainda recaía sobre ela o fato de chegar aos mercados por meio de contravenção. Mas essa não foi a única situação onde a carne de cavalo e a carne de baleia disputaram atenções nas páginas dos jornais da época.

Em 13 de setembro de 1961, o "Diário de Pernambuco" anunciava aos seus leitores que em São Paulo a carne de cavalo começara a ser vendida com o aval das autoridades – o que poderia desfazer certos tabus morais sobre seu consumo. Mas o jornal complementava a informação enunciando um juízo de valor importante: "Essa carne, cujo aspecto é bem melhor que a de baleia, e, aparentemente, igual à de vaca, possui todos os elementos do produto bovino, inclusive proteínas, conforme afirmam os açougueiros paulistas"²². O próprio preço, como comunicavam, era mais acessível do que a da carne de baleia e aparentemente causou algum furor na cidade de São Paulo.

De fato, segundo *O Estado de São Paulo*, em notícia do mês de julho, tratava de uma ação do Movimento da Arregimentação Feminina (grupo político que até então havia se destacado pelo pedido de censura à exibição do filme *Ao balanço das horas*) que teria realizado pesquisa para "apurar a receptividade da carne de cavalo", que estava sendo vendida em um açougue no bairro da Lapa²³. A pesquisa, cuja metodologia era descrita a partir de entrevistas com 350 pessoas – 320 mulheres e 30 homens – indicava que a rejeição à carne de cavalo era altíssima²⁴. Apenas 55 das mulheres e 16 homens afirmaram que comeriam o produto, sendo que os motivos dados eram dos mais variados ("repugnância", "deve ser ruim", "não há necessidade", "animal nobre", "cheiro peculiar" etc.)²⁵. De fato, o lugar do cavalo na dieta alimentar brasileiro parecia ser suficientemente

²⁰ Pelo seu papel político posterior no apoio à derrubada de João Goulart, parece plausível assumir que Iaiá Silveira era uma figura ligada a setores conservadores, sendo uma das presidentes da Campanha da Mulher pela Democracia, que em 1965 realizara "a marcha com Deus pela Estabilização dos Preços" no Rio de Janeiro. Ver: BORTONE, 2018, p. 240.

²¹ "Carne de cavalo, não!". *A Luta Democrática*. Rio de Janeiro, 12 de novembro de 1960.

²² "Venda de carne de cavalo em São Paulo". *Diário de Pernambuco*. Recife, 21 de setembro de 1961, p. 4.

²³ "Carne de cavalo". *Estado de São Paulo*. São Paulo, 23 de julho de 1961, p. 26.

²⁴ É emblemático que haja essa divisão de gênero específica – e com tamanha proeminência das mulheres. Faltam, contudo, estudos históricos sobre o papel das mulheres nos mercados e feiras livres do período, o que permitiria repensar algumas perspectivas mais economicistas sobre a racionalidade de mercado dos sujeitos.

²⁵ Destaca-se aqui o fato de que mais da metade dos homens entrevistados afirmavam estar abertos para a experiência da carne de cavalo. O quanto havia de performance pública de virilidade nesse ponto não fica claro, mas dada a disparidade na rejeição à carne por gênero, esse pode ser um fator importante para lançar hipóteses acerca do consumo de carne no Brasil.

desprestigiado e chama atenção que ele estivesse disputando, no mesmo período, um lugar nessa escala de comensabilidade das classes populares brasileiras com a novata carne de baleia²⁶.

Mas por que o jornal pernambucano teria tido a iniciativa de tratar da carne de cavalo em São Paulo se, até onde sabemos, a carne desse animal não era consumida em Recife? A resposta está novamente na baleia e na questão do tabu alimentar constituído por ela. Ao chegar por meio da companhia Nippon Reizo Kabushiki Kaisha, tratava-se de carne diferente daquela que a Taiyo Fishing Company vendia no Sudeste. Uma diferença que, até onde é possível auferir, dizia menos respeito à baleia caçada e sim ao preparo da carne, pois as notícias sobre a carne do cetáceo em Recife indicavam que ele seria transformado em “charque” para consumo²⁷. De fato, a companhia japonesa estava investindo na produção de carne seca e naquele mesmo ano havia enviado um engenheiro ao sul do Brasil, para visitar instalações charqueadoras em Ribeirão Preto e em Bagé (EDMUNDSON; HART, 2014, p. 158). O objetivo era claramente “fornecer uma fonte de proteína barata e de boa qualidade à população de baixo poder aquisitivo” (KISHIWADA *apud* EDMUNDSON; HART, 2014, p. 159). Todavia, alguns obstáculos devem ter se destacado nesse processo²⁸.

O primeiro deles é que a indústria baleeira já estava colhendo fracassos no Sudeste, tendo em vista que a aceitação do animal não tinha sido tão boa quanto os primeiros meses pareciam indicar. O segundo obstáculo, por sua vez, refere-se ao modo de preparo – tendo em vista que ao ser salgada e transformada em charque, a carne de baleia tornava-se carne curada, cujo preparo seria diferente, bem como o sabor do alimento²⁹. Combinados esses problemas e as inevitáveis comparações com a carne de cavalo que surgiam no Rio e em São Paulo, talvez isso ajude a explicar porque o jornal pernambucano considerou que a comparação era necessária – senão, até mesmo pelo fim pedagógico, dirigido às classes populares, de tentar demonstrar que em termos nutricionais, a carne de cavalo era tão boa quanto a carne de baleia, superando-a em sabor. Porém, assim como acontecera com a Taiyo, a Nippon Reizo viu suas vendas diminuir cada vez mais, ao mesmo tempo em que tinham problemas com greves e com a nacionalização dos navios e tripulações.

Esse longo apanhado, contudo, indica ao menos duas possibilidades explicativas: a primeira é que se a novidade foi um fator importante para a alta demanda sobre a carne de baleia nos primeiros meses, é preciso considerar que ela não se tornou fator de distinção social para o consumo e, portanto, perdia com isso a possibilidade de ser emulada pelas classes populares. Já que os ricos rejeitaram as baleias, não havia nenhum ganho no consumo dos pobres, ao menos em termos de prestígio³⁰. Em certo sentido, quando a baleia conseguiu adentrar na mesa dos mais pobres, ela não foi crucial para uma mudança na alimentação, ao contrário da expectativa das empresas japonesas e do governo brasileiro. Dessa forma, a rejeição à carne poderia se explicar

²⁶ A substituição de alimentos numa dieta definitivamente não pode ser entendida somente pelos cálculos acerca das calorias. Ao narrar a substituição do trigo pela batata na Inglaterra do século XIX, E.P. Thompson, considera que a batata foi “um estabilizador social ainda mais efetivo do que o representado pelo metodismo”. Porém, para muitos operários, a substituição era a prova de que “havia uma conspiração contra os pobres, para reduzi-los ao nível dos irlandeses”. Ver: THOMPSON, 1988, p. 180-181.

²⁷ “Agora à venda: charque de baleia”. *Diário de Pernambuco*. Recife, 22 de outubro de 1961.

²⁸ Um dos gerentes da Taiyo Fishing Company revelou que, nesse processo, a empresa acabou não fazendo charque e revendeu parte da carne de baleia para frigoríficos que a utilizaram na fabricação de mortadelas e salsichas “sem dizer nada, como se fosse salsicha feita com carne de boi”. Ver: HART; EDMUNDSON, 2014, p. 174.

²⁹ Convém ressaltar que nessa mesma época, sindicatos de trabalhadores de diferentes indústrias protestavam contra a escassez de “carne verde”, ou “carne fresca”, nos mercados. A indignidade de comer “picolé de carne podre” era tamanha que não faltaram mobilizações políticas nesse sentido. Ver: Anais da Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Livro III, abril de 1961, p. 131-146.

³⁰ E. P. Thompson considera que o prestígio é um fator crucial para entender a desconfiança dos pobres no mercado de alimentos. Em “A economia moral da multidão inglesa no século XVIII”, Thompson destaca a perda de prestígio entre a plebe quando se viam obrigados, pelas pressões econômicas, a se alimentar de “pão preto”, o qual suspeitava-se que, pela própria coloração, “permitia encobrir com facilidade aditivos nocivos” (THOMPSON, 2005, p. 154). Dessa forma, prestígio e concepções sobre segurança alimentar caminhavam junto. Não parece de todo errado criar hipótese semelhante para o comportamento das classes populares no contexto dos mercados brasileiros na década de 1960.

justamente pela impossibilidade de um processo de emulação social no gosto dos mais pobres, algo que possivelmente não havia sido levado em consideração na época.

A outra é que a lógica do tabu precisaria ser repensada. Se a baleia era rejeitada enquanto alimento, isso não é porque a população mais pobre não tivesse ela mesma seus tabus alimentícios – como fica evidente na obra de Carolina de Jesus. Assim, não é porque a baleia fosse “estranha” ou dotada de alguma aura de sacralidade que se explicaria a sua rejeição, ou de outra forma não teríamos os registros de um furor inicial sobre o produto. Considerando o caso de greve de fome da Escola Nacional, talvez seja o caso de pensarmos que a rejeição à carne de baleia estaria ligada menos a sua sacralidade e mais a uma ideia de “indignidade”, ou, dito de outra forma, a uma concepção arraigada de que a própria humanidade seria rebaixada ao incorporar a baleia em sua dieta.

Assim, explicações focadas nos “tabus” ou na “emulação” dos comportamentos dos consumidores apresentam apenas ganhos parciais. Elas dão conta de aspectos específicos da rejeição da carne de baleia demonstrando que os significados sobre a mercadoria eram, em última instância, pouco objetivos – mas nem por isso, menos racionais. Nesse ponto, explorar essas duas possibilidades explicativas para entender a rejeição à carne de baleia é um esforço para entender porque racionalidades mais utilitaristas são incapazes de explicar a rejeição do cetáceo. A ideia de mensurar o consumo de uma mercadoria em termos de preço ou calorias, unidades abstratas que podem ser contabilizadas e equacionadas a partir de valores absolutos, evitava uma difícil questão: afinal, por que as pessoas comem o que comem? Como se constroem os padrões de consumo? Até que ponto é possível um discurso “racional” interferir e construir novos padrões? A rigor, parece difícil pensar numa dinâmica capaz de dar conta de todas essas perguntas, mas pode-se retomar a reflexão de Godelier sobre a importância da intencionalidade no consumo. Os diferentes sistemas de valores, dentro de uma determinada sociedade, não podem ser reduzidos a uma razão totalizante e abstrata.

Considerações finais: oceanos de diferença

A carne de baleia entrou no Brasil com certo furor, a partir da promessa de que poderia resolver o problema da carestia e do abastecimento de carne nas grandes cidades – ou ao menos assim anunciava a imprensa. Passados alguns meses, todavia, a euforia, começou a encontrar resistência e sentimentos de repulsa e indiferença ao cetáceo passaram a ocupar as páginas da imprensa. Em última instância, tudo leva a crer que os governos de Juscelino Kubitschek, Jânio Quadros e João Goulart, envoltos em um turbilhão de instabilidade, não refletiram acerca das intenções e dos valores dos consumidores nas classes populares no que se tratava da entrada de um novo elemento na dieta. O mesmo talvez possa ser dito dos conglomerados japoneses que acreditaram que, dada a oferta de baleia no litoral brasileiro e a carestia, poderiam beneficiar-se da venda de uma nova mercadoria para um mercado semi-continental, atendendo aquilo que possivelmente enxergavam como uma demanda reprimida.

Diante dessas questões, talvez seja injusto afirmar que não houve reflexão alguma sobre a intencionalidade dos consumidores. Em muitos casos, a intenção pode ser reduzida à “necessidade” e esquemas abstratos como a pirâmide de Maslow são acionados prontamente, procurando novamente hierarquizar e ordenar os desejos. Mas ao contrário do que se coloca em tais esquemas, as necessidades se alteram profundamente conforme contexto e significados. A carne de baleia poderia ser uma necessidade em termos de preço ou subsistência, mas uma série de outras possibilidades em termos de agência consumidora poderiam ser empregadas. A frustração da Taiyo Fishing Company, em certo sentido, dita a visão economicista sobre a questão: o consumidor brasileiro, dotado de “preconceitos”, não reconhecera as vantagens racionais do produto.

O “preconceito” também poderia impedir de entender a delicadeza do sabor da carne, mas

as pessoas provaram e degustaram a baleia. Nisso, é importante ressaltar o argumento de Douglas e Isherwood: “a maior utilidade não está na prova, mas no compartilhamento dos nomes que foram apreendidos e classificados” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 125). Ao ser tratada a partir das relações e hierarquias de comestibilidade, a baleia era comparada a gado ou cavalo, conforme a situação e o momento. Sua rejeição diz muito sobre as intenções dos consumidores das classes populares que vislumbravam, na carne de gado, o máximo de sua satisfação (e a associação com a carne de cavalo, por sua vez, uma maior insatisfação). Eles poderiam, eventualmente, flexibilizar seus tabus alimentares ou emular comportamentos exóticos, mas não o fizeram – ou se fizeram, não incorporaram isso na dieta alimentar brasileira nos dias de hoje. Se a comida é uma necessidade básica por um lado, por outro, o que se come invariavelmente é informado pela cultura, pelo sistema de significados e valores sobre os bens – e não há um espaço específico da vida social em que a cultura não seja essencial na construção das informações sobre o que se é e o que se consome, por vezes até mesmo criando laços indissociáveis entre ambos (BAYLY, 2008). No caso, invertendo a premissa, ela parece ter igual significado se olharmos para a questão do carne de baleia no Brasil: a cultura é essencial também na construção das informações sobre o que não se é e o que não se consome.

Para além disso, uma outra hipótese pode ser lançada. Para além dos sentidos que a carne de baleia construiu em sua rápida passagem pelo Brasil, é possível afirmar que no início da década de 1960 a carestia não era pensada como problema transitório a ser resolvido pela maior oferta de proteínas. Pelo contrário, a convicção política da época é que a fome exigia soluções estruturais, passando por reformas e até mesmo revoluções (PUREZA, 2016, p. 211). Desta maneira, entre a baleia e a mudança socioeconômica cada vez mais desejada pelas classes populares no Brasil, é possível afirmar que havia um oceano de diferença.

Fontes

Anais da Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Livro VII, agosto de 1960. Livro III, abril de 1961.

A Luta Democrática. Rio de Janeiro, 1960.

Diário de Notícias, Porto Alegre, 1960.

Diário de Notícias, Rio de Janeiro, 1962.

Diário de Pernambuco. Recife, 1961.

Diário Oficial da União. Rio de Janeiro, 1960.

O Estado de São Paulo. São Paulo, 1961.

Última Hora, Rio de Janeiro, 1960 e 1961.

Referências

BAYLY, Christopher Allan. “As origens do *Swadeshi* (indústria doméstica): tecidos e a sociedade indiana de 1700 a 1930”. In: APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Ed. UFF, 2008. p. 357-399.

BORTONE, Elaine de Almeida. *O Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (IPES) e a Ditadura Empresarial-Militar: os casos das empresas estatais federais e da indústria farmacêutica (1964-1967)*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: PPGHIS-UFRJ, 2018.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

- DOUGLAS, Mary. "O mundo dos bens, vinte anos depois". *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 17-32, jul./dez. 2007.
- EDMUNDSON, William; HART, Ian. *A história da caça de baleias no Brasil: de peixe real a iguaria japonesa*. Barueri: DISAL, 2014.
- FERNANDES, Florestan. *A integração do negro na sociedade de classes*. Vol. 1: ensaio de interpretação sociológica. São Paulo: Globo, 2008.
- FRIEDMAN, Milton. *A theory of the consumption function*. Nova York: Princeton University Press, 1957.
- GODELIER, Maurice. *L'idéal et le matériel: pensée, économies, sociétés*. Paris: Champs Essais, 2010.
- HOGGART, Richard. *As utilizações da cultura 1: aspectos da vida da classe trabalhadora*. Lisboa: Editorial Presença, 1973.
- HOGARTH, Rana A. *Medicalizing blackness: making racial difference in the Atlantic world, 1780-1840*. Chapel Hill: North Carolina Press, 2017.
- JESUS, Carolina Maria de. *Quarto de Despejo*. São Paulo: Ática & Francisco Alves, 1960.
- LEACH, Edmund. "Aspectos antropológicos da linguagem: categorias animais e insulto verbal". In: DAMATTA, Roberto (Org.). *Edmund Leach*. São Paulo: Ática, 1983. p. 170-198.
- KISHIWADA, Hitoshi. *A pesca da baleia no Brasil*. Nichirei Corporation, 2007.
- OLIVEIRA, Francisco de. *Crítica à razão dualista e O ornitorrinco*. São Paulo: Ed. Boitempo, 2006.
- PUREZA, Fernando Cauduro. "*Isso não vai mudar o preço do feijão*": as disputas em torno da carestia em Porto Alegre (1945 a 1964). Tese de Doutorado. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em História, UFRGS, 2016.
- ORLOVE, Benjamin S. "Meat and Strengh: The Moral Economy of a Chilean Food Riot". *Cultural Anthropology*. v. 12, n. 2, p. 234-268, 1997.
- OSLUND, Karen. "Protecting fat mammals or carnivorous humans? Towards an environmental History of whales". In: *Historical Social Research*. Vol. 29, n. 3. The frontiers of environmental History. Munique: Leibnitz Institute for the Social Sciences, Center for Historical Research, 2004. p. 63-81.
- SAHLINS, Marshall. "*La pensée bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura*". In: SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. p. 166-203.
- THOMPSON, Edward P. *Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- THOMPSON, Edward P. *A formação da classe operária inglesa: volume 2, A maldição de Adão*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- VEBLEN, Thorstein. "A teoria da classe ociosa". In: VEBLEN, Thorstein. *Os pensadores*. Ed. Abril, 1985. p. 3-214.

Nota de autoria

Fernando Cauduro Pureza é professor adjunto da Universidade Federal da Paraíba. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ensino de História pela Universidade Federal da Paraíba (PROF-

309

História). Coordenador do Grupo de Estudos e Pesquisa em História do Trabalho (GEPEHTO). E-mail: fcpureza@gmail.com.

Como citar esse artigo de acordo com as normas da revista

PUREZA, Fernando Cauduro. “A coisa está ficando feia”: O consumo da carne de baleia no Brasil entre a História e Antropologia (1960-1963). *Sæculum – Revista de História*, v. 25, n. 43, p. 296-310, 2020.

Contribuição de autoria

Não se aplica

Financiamento

Não se aplica

Consentimento de uso de imagem

Não se aplica

Aprovação de comitê de ética em pesquisa

Não se aplica

Licença de uso

Este artigo está licenciado sob a [Licença Creative Commons CC-BY](#). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

Histórico

Recebido em 11/08/2020.

Modificações solicitadas em 12/09/2020.

Aprovado em 13/09/2020.