



UMA ANÁLISE DOS PROCESSOS DE MUDANÇA NOS PADRÕES ALIMENTARES DECORRENTES DO CONSUMO DO J-POP.



¹Rayanna Lucylle Simões Vilela Tavares, ²Marco Leal, ³Stephanie Gueiros ⁴Bruno Ribeiro
^{1,2} Alunos do Curso de Ciências Sociais ³Orientador: Paulo Marcondes Curso de Ciências Sociais,
Universidade: UFPE

Introdução

O oriente sempre despertou o interesse da população ocidental. No decorrer dos séculos, o Japão se tornou uma fonte de lucro para a Indústria Cultural, que procurava vender uma imagem mística do país por meio dos seus valores milenares.

Com o advento da industrialização e modernização brasileira, o país se viu aberto para absorver determinados aspectos culturais estrangeiros. Nesse caso, no âmbito alimentício, o macarrão instantâneo aparece como uma alternativa para aquelas camadas da população que, mesmo com a falta de tempo ocasionada pelo excesso de trabalho numa tentativa de receber mais para poder consumir mais, querem colocar novidades dentro de casa. Esse fato acontece principalmente devido a impulso midiático que recebeu, visto que a publicidade não mediu esforços para ilustrar as embalagens com figuras de desenhos animados, ato que ao prender a atenção infantil faz com que esse macarrão instantâneo da embalagem bonita seja preferido àquele que não tem um diferencial externo.

Metodologia

Procuramos fazer essa análise nos atendo ao papel dos meios de comunicação de massa como elemento crucial no estabelecimento do consumo desses novos gêneros alimentícios. Para isso, foi feita uma coleta de material bibliográfico que auxiliou na melhor compreensão do fenômeno.

Nosso maior objetivo é analisar como o consumo de alimentos originários da cultura japonesa, especificadamente o macarrão instantâneo Lámen, funcionou como um elemento central nas mudanças de padrões alimentares do Brasil, tornando-se popular e recorrente na alimentação de determinados grupos sociais brasileiros.

Essa pesquisa foi feita no grupo coletivo Cultura e Consumo do PET – Ciências Sociais. A bibliografia aqui utilizada parte de vários eixos da Sociologia, visto que temos como base o diálogo e a reflexão acerca dos fenômenos sociais.

Discussão

A cultura japonesa é caracterizada por engessar cada vez mais seus valores e tradições milenares. Mesmo durante o pós-guerra, ao ver sua cultura ser ameaçada pelo American Way of Life, O Japão se reconfigurou fazendo com que o exterior de sua produção cultural (música, alimentos, cinema, vestuário, literatura) aparentasse ser norte americana enquanto a estrutura continuava sendo eminentemente nipônica.

Em meados dos anos 50, com os investimentos feitos pelo governo de Juscelino Kubitschek, a indústria do Brasil que até então era restringida, veio a virar uma grande estrutura produtiva dividida em três ramos: a indústria de bens de capital, a indústria de transformação e a indústria de bens de consumo final; que no momento é a que nos interessa, uma vez que é ela a fornecedora de produtos usados no cotidiano. Foi o processo de modernização e industrialização que tornou possível a entrada de novos gêneros alimentícios, fazendo com que alimentos que nunca foram comercializados fossem amplamente aceitos por uma população que estava ávida por novidade.

Numa época onde a cultura brasileira estava se adaptando ao novo, a chamada *convenience food* foi uma boa surpresa, uma vez que trazia novidades alimentícias para um povo cada vez mais preocupado com o tempo. Levando em conta o processo de adaptação da época, dois fatores são importantes pra entender a permanência até os dias de hoje de um alimento tão diferente em um país que estava conhecendo o real sentido da industrialização e da modernização de seus costumes. Em primeiro lugar, nas sociedades modernas, o ato de consumir é a nova forma de relaxar. Mas para o consumo acontecer, é necessário ter moeda de troca, cuja é conseguida apenas por meio do trabalho. Ou seja, as pessoas consumiam mais, mas tinham que trabalhar para isso. Era necessário ter dinheiro para poder comprar e desfrutar da variedade de produtos que o clima político e econômico permitiu entrar no país. Isso resulta em pessoas que com menos tempo, utilizavam seu dinheiro para consumir produtos das indústrias de bens de consumo não duráveis.

Sobre a questão da publicidade é importante analisar o Lámen sendo recebido pelo público infanto-juvenil.

Seja através de um anime passado na TV ou dos personagens de Maurício de Sousa nas embalagens, não é de se assustar que o público que consome esses materiais ao encontra-lo em embalagens alimentícias vá querer provar tal alimento. Ponto negativo para a saúde dos mais novos, ponto positivo para o consumo, para novas formas culturais alimentícias e para o tempo de quem cuida de criança e de quem estuda, já que o seu preparo é absurdamente rápido e apesar de não substituir uma alimentação correta, engana fácil quem tem uma vida corrida e precisa se alimentar rapidamente.

Resultados

Vimos que após a Segunda Guerra o Japão não incorporou, mas adaptou o American Way of Life de acordo com seus termos, de um modo que, por mais que o país incorporasse os valores ocidentais, esses seriam reformulados nos moldes nipônicos. Através do processo de difusão cultural a cultura japonesa se expandiu, chegando assim em países que até então se viam fechados para outras formas de cultura, mudando seus costumes e fazendo existir novos hábitos. Essa difusão deve muito aos meios de comunicação de massa, que foram responsáveis pela difusão e assimilação da ideia de um Japão mágico e exótico no cotidiano brasileiro por meio de programas de televisão, filmes, animes e mangás.

Dando uma maior ênfase aos costumes alimentares, no caso brasileiro existiu uma série de fatores que prepararam terreno para que alimentos como o macarrão instantâneo chegassem aqui e se consolidassem como elemento de uma cultura alheia que por muitas vezes é mais consumido do que a própria culinária brasileira. O advento da modernização instaurada por um regime antidemocrático trouxe como resultado uma abertura cultural jamais vista na história do país.

Apoio:



FUNDO NACIONAL
DE DESENVOLVIMENTO
DA EDUCAÇÃO