

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ESTUDOS ETNICOS E AFRICANOS**

FLORISMAR MENEZES BORGES

ACARAJÉ : TRADIÇÃO E MODERNIDADE

Salvador
2008

FLORISMAR MENEZES BORGES

ACARAJÉ: TRADIÇÃO E MODERNIDADE

Dissertação apresentada no curso de Pós Graduação em Estudos Étnicos e Africanos da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia para fins de obtenção do Título de Mestre

Orientador: Prof. Dr. Jeferson Afonso Bacelar

Salvador
2008

Biblioteca do CEAO - UFBA

B732 Borges, Florismar Menezes .
Acarajé: tradição e modernidade / por Florismar Menezes Borges. - 2008.
132 f.

Orientador : Profº Dr. Jeferson Afonso Bacelar.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Filosofia e
Ciências Humanas, 2008.

1. Culinária brasileira – Bahia. 2. Culinária (Acarajé). I. Bacelar,
Jeferson
Afonso. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Filosofia e
Ciências
Humanas. III. Título.

AGRADECIMENTOS

Um agradecimento especial ao professor Jeferson Bacelar, meu orientador, pela sua paciência, dedicação e profissionalismo.

Agradeço também ao Professor Vivaldo da Costa Lima que gentilmente me recebeu na sua residência, de compartilhar biblioteca, a acima de tudo por fornecer informações para a construção do trabalho..

A todas as vendedoras e vendedores de acarajés que se dispuseram a colaborar.

Aos meus amigos e colegas

A gestora da escola onde trabalho, pelo apoio recebido no decorrer do nosso trabalho.

A minha amiga Neri pela assessoria e principalmente seu incentivo a todo o momento.

Agradecimentos maiores aos Deuses que permitiram a caminhada.

RESUMO

O presente trabalho se propõe a delinear as transformações sofridas pelo acarajé desde quando ele foi citado por Luis dos Santos Vilhena, até os nossos dias. Naquela época, o acarajé era um alimento popular destinado a “matar a fome” da população pobre e escrava que perambulava pelas ruas da cidade, mas com o passar do tempo ele ganhou status, e passou a fazer parte do cardápio de pessoas das mais variadas classes sociais, e até ganhou grife. O grande consumo da iguaria incentivou o crescimento do mercado, que resultou no aumento do número de pessoas interessadas em vender o produto. Desse modo aumentou o número de vendedores tradicionais, assim como, a quantidade de bares, restaurantes, delicatessens e “points” interessados em comercializar a iguaria. Além desses surgiram também as empresas que disponibilizam a massa pronta, processada na hora ou até mesmo desidratada. Apesar de ter se tornado um produto de mercado o bolinho não perdeu sua identidade, e entre outros aspectos continua a ser reconhecido como um alimento votivo do orixá Iansã.

Palavras-chave: Identidade, Produção, Consumo e Mercado.

ABSTRACT

The present work proposes to delineate the transformations of the acarajé since it was mentioned by Luis dos Santos Vilhena until our days. In that time, the acarajé was a popular food destined to "kill the hunger" of the poor and slave population that wandered for the streets of the city, but in the course of time it won status, and started to be part of the people's menu of the most varied social classes, until it won brand. The great consumption of the delicacy motivated the growth of the market, that resulted in the increase of the number of people interested to sell the product. In This way increased the number of traditional salespersons, as well as, the amount of bars, restaurants, delicatessens e “selling points” interested to market the delicacy. Beyond those companies appeared and make it available like ready mass, processed mass at time or even dehydrated mass. In spite of it became market product the little cake didn't lose its identity, and among other aspects it continues to be recognized as a food votivo of the orixá Iansã.

Word-key: Identity, Production, Consumption and Market

SUMARIO

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO I	
O que é o acarajé.....	9
O acarajé a as religiões.....	18
Significado do acarajé para a religião afro brasileira.....	18
Significado do acarajé para os neopentecostais	23
O azeite de dendê.....	26
CAPÍTULO II	
Mercado do acarajé: vendedoras e vendedores de acarajé.....	29
Uma visão histórica das vendedoras de acarajé.....	29
Venda do acarajé: tradição e disputa de mercado.....	40
Os (os) empresarias (os) do acarajé – do acarajé de grife ao point, delicatessens e restaurantes.....	44
Acarajés de “grife”.....	46
Dinha do acarajé.....	48
Cira do acarajé.....	49
As vendedoras e vendedores de acarajé na atualidade: perfil sócio econômico dos homens e mulheres que comercializam acarajé nas ruas do Centro e na Orla Marítima de Salvador na atualidade.....	51
Vendedores do Centro.....	52
Vendedoras da Orla.....	67
CAPÍTULO III	
Acarajé: tradição e contemporaneidade.....	74
A influência da modernidade no tradicional acarajé.....	74
De comida de rua a sua entrada nos cardápios das comemorações sofisticadas.....	77
Os baianos do acarajé.....	79

Receitas de acarajé encontradas no Brasil: acarajé de soja, milho verde e grelhado light	82
O mercado da massa de acarajé: industrializada e produção em grande escala	85
Acarajé em pó	86
Tropicana Especiarias	88
Farinha de acarajé da Oyá Alimentos	90
Massa para acarajé passada na hora	91
Souza massa pronta	91
Zeus massa pronta	93
O acarajé e a questão da higiene	95
Programa acarajé 10	95
O decreto 12.175 –regulamentação da venda do acarajé nas ruas da cidade	98
Associação de Baianas de Acarajé, Mingau e Similares do Estado da Bahia (ABAM)	101

CAPÍTULO IV – OS CONSUMIDORES

Panorama geral da pesquisa dos consumidores do Centro e do Rio Vermelho	103
Consumidores do Centro	104
Consumidores do Rio Vermelho	109
CONCLUSÃO	117
REFERENCIAS	119
ANEXOS	125

INTRODUÇÃO

As idéias que deram origem a essa dissertação, partiram da inquietação em saber como está organizada a venda do acarajé em Salvador, assim como quem são os atores envolvidos no seu processo de produção e consumo. Além dos autores clássicos como Manoel Querino e Luis Câmara Cascudo, recorreremos aos trabalhos de Vivaldo da Costa Lima, um dos primeiros pesquisadores brasileiros a estudar o acarajé, enquanto alimento popular, e comida sacrificial dos candomblés baianos; e ao trabalho das professoras Zahidê Machado Neto e Célia Braga, que em 1977 já pesquisavam sobre a venda do acarajé em Salvador.

O resultado desse trabalho de pesquisa foi sistematizado em quatro capítulos que se encontram organizados da seguinte forma. O primeiro se refere à parte introdutória que procura responder o que é o acarajé, sua origem, seu modo de preparo, sua relação com o candomblé, ou seja, enquanto comida votiva de orixá, e por fim o aparecimento do “Acarajé de Jesus” que por algum tempo virou motivo de discussões entre os evangélicos e o “povo de santo” em Salvador.

O segundo capítulo é dedicado ao mercado do acarajé, e principalmente, as vendedoras e vendedores. Nele, exponho a primeira etapa da pesquisa feita em 2007, com 52 vendedoras de acarajés das áreas do Centro e Orla Marítima de Salvador. O terceiro capítulo trata da tradição e da contemporaneidade, ou seja, das modificações que ocorreram no mercado do acarajé desde o século XIX, período em que foi citado por Vilhena, até os nossos dias. Dentre as transformações abordadas a entrada dos homens no mercado, a criação da ABAM como entidade representativa da categoria, assim como o surgimento do mercado da massa pronta.

No quarto e último capítulo é apresentado a segunda parte da pesquisa de campo, dedicada aos consumidores. Neste, eu apresento o resultado da enquete com 156 pesquisados. Sendo que, destes, 116 consumidores foram selecionados na área do Centro, e os demais no Rio Vermelho, local onde estão localizadas três famosas vendedoras de acarajé.

Queremos ressaltar que os resultados da pesquisa não são conclusivos, visto que não trabalhamos com a totalidade dos vendedores de acarajé existentes em Salvador, e muito menos

com o universo total dos apreciadores do acarajé. Isso, com certeza, abre espaço para que outros pesquisadores interessados no assunto possam explorar o campo.

CAPÍTULO I

O QUE É O ACARAJÉ

Akará- o bolinho de feijão

Akará significa

Bolinho de feijão, frito

No azeite de dendê

Assim é que está escrito

Jê é o verbo comer

Acarajé quer dizer

Comer fogo, é o mito¹

Segundo o antropólogo Vivaldo da Costa Lima, o acarajé, bolinho de feijão frito em azeite de dendê, foi introduzido no Brasil, especificamente na Bahia, através dos escravos de etnia nagô, das regiões iorubás da Nigéria e do atual Benin, então Daomé. Ele ressalta que, em 1885, o acarajé, na África, foi descrito pelo padre francês Pierre Bouche como “un hours d’oeuvre, presque une friandise”². Entre os iorubás, o acarajé, conforme o tamanho, recebia nomenclaturas diversas. Os acarajés pequenos, entres os egbás eram denominados: acarakekere; já os maiores, típicos dos ilexás(ijexá), eram conhecidos como o acarájexá.

Na literatura brasileira, a primeira referência escrita que se tem sobre o acarajé é feita pelo professor de grego Luis dos Santos Vilhena, em 1802, onde estarecido, ele denuncia a existência de um consumo público de várias iguarias africanas:

¹ Fragmento extraído do texto Literatura de Cordel “Akará-jé o mesmo que comer fogo”, autoria de Antonio Vieira, publicado em janeiro 2003.

² -Un hors-d’oeuvre : numa refeição, pode ser também **uma entrada**

Presque une friandise: **quase uma guloseira**, uma coisa que chama, que dá vontade de comer.

Não deixa de ser digno de reparo ver que das casas mais opulentas desta cidade, onde andam os contratos e negociações de maior parte saem de 8 , 10 ...ou.. mais negros a vender pelas ruas, a pregar as cousas mais e vis como sejam iguarias de diversas qualidades, mocotós, carurus, vatapás, mingau, pamonha, canjica, acaçá e acarajé (VILHENA,1969,130).

A diversidade de iguarias da culinária africana, identificadas pelo professor de grego, mostra que nesse período, a dieta alimentar de raízes africanas, já estava incorporada a cultura brasileira. Vale ressaltar, que o consumo dessas comidas era restrito a negros, escravos e livres, moradores de rua e pessoas pobres. Pelo menos oficialmente, esse tipo de comida não fazia parte do cardápio das famílias com melhores condições econômicas.

Entretanto, no Recife, Cascudo (2004) comenta a crítica feita pelo padre Miguel do Sacramento Lopes Gamas, publicada no jornal Carapuceiro ,em 3 de fevereiro de 1838, sobre o consumo de comida africanas. Sob o título de “Gostos extravagantes”, o referido padre condena as pessoas que acham “indiferente comer bobó, vatapá, abrazou, abarem, acarajé, acassá e caruru, acepipes africanos que gozar das delicias de huma boa mesa italiana” (CASCUDO,2004,829). Lembra o autor que no Recife, a maioria da população tinha o habito de consumir iguarias baianas; para ele, a crítica feita pelo Padre se deu pelo fato dos consumidores serem pessoas letradas, e de boa situação financeira.

Muitos anos mais tarde Hidalgardes Vianna, ironiza o preconceito de algumas famílias baianas em relação às comidas de origem africana, vendidas na rua, em particular o abará. Ela escreveu:

A conversa com a vendedora, além de desenterrar a velha receita, trouxe a lembrança o abará que nem todo menino de família tinha licença de comer. Não só pela pimenta, como também por ser vendido às desoras. Sem falar daquele preconceito de que quem comia no meio da rua não tinha educação. Passo por cima do esnobismo de uns núcleos familiares que não admitiam comida de negro, azeitaradas, que conspurcavam a suposta nobreza de suas bocas, maltratando seus aparelhos digestivos doentios por tradição ”eram iguarias consumidas por “pessoas de família” (VIANNA,1973,125)

Sobre o bolinho de feijão, Manoel Querino, no seu livro *Costumes Africanos no Brasil* (1988), comentou a predileção de muitos africanos pela iguaria. Segundo ele, em algumas localidades na África, durante o período de tráfico de escravos, os acarajés serviram como “iscas”, para atrair crianças para armadilhas. Uma vez capturadas, elas eram vendidas como escravas.

Na obra acima citada, o referido autor dedicou um capítulo a arte culinária da Bahia. Neste, ele destacou vários alimentos puramente africanos, que a seu ver, continuaram a ser preparados pelos descendentes de africanos, com os mesmos rigores e perfeição tal qual na África. Dentre diversas receitas, estava o acarajé. A receita apresentada por Querino é minuciosa, e orienta passo a passo o leitor no preparo da iguaria:

A principal substancia empregada é feijão fradinho, depositado em água fria até que facilite a retirada do envoltório exterior, sendo o fruto ralado na pedra. Isto posto, revolve-se a massa com uma colher de madeira, e quando a massa toma forma de pasta, adicionam-se-lhe, como temperos, a cebola ralada e sal ralados. Depois de bem aquecida a frigideira de barro, ai se derrama certa quantidade de azeite de cheiro (azeite de dendê), e, com a colher de madeira, vão se deitando pequenos nacos da massa, e com um ponteiro ou garfo são rodados na frigideira até cozer. O azeite é renovado cor do azeite. Ao acarajé acompanha um molho, preparado com pimenta malagueta seca, cebola e camarões, moído tudo isso na pedra e frigido no azeite de cheiro, em outro vaso de barro (QUERINO, 1988, 138)

Além, de detalhar os procedimentos que devem ser dispensados ao feijão, Querino se preocupou em fazer a descrição dos utensílios utilizados na preparação da massa. Ele fez referencia à pedra de ralar, colheres de madeira e frigideira de barro, entretanto, fez questão de frisar que o uso da rústica pedra de ralar era uma questão de opção, visto que o mercado dispunha de maquinário específico para moer cereal. Para ele, essa escolha se justificava pelo fato da pedra ser um utensílio de fácil manuseio, além de eficaz. Ele descreveu o utensílio da seguinte forma:

A pedra de ralar, como vulgarmente lhe chamam, mede cinqüenta centímetros de comprimento por vinte e três de largura, tendo cerca de dez centímetros de altura. A face plana em vez de lisa, é ligeiramente picada por canteiro, de modo a torná-la porosa ou crespá. Um rolo de

forma cilíndrica, da mesma pedra de cerca de trinta centímetros de comprimento, apresenta toda superfície também áspera. Esse rolo, impelido para frente e para trás, sobre a pedra, na atitude de quem moí, tritura facilmente o milho, o feijão o arroz, etc. Estes petrechos africanos são geralmente conhecidos na Bahia, muita gente os prefere às máquinas de moer cereais.(QUERINO, 1988, 165).

Na opinião da baiana de acarajé, Ivone do Carmo, esse apetrecho além de ser um eficiente triturador de grão, contribuiu para que as filhas de santo tivessem maior sincronia entre os braços e tronco no momento da dança. Com a substituição do referido instrumento por máquinas elétricas ou manuais, braços e troncos deixaram de ser exercitados, o que contribuiu para que as filhas de santos modificassem seu modo de dançar, concentrando o gingado nos quadris, ao invés dos ombros:

“Tinha que passar o feijão na pedra pra dar o gingar no ombro, pra quando o santo pegar a gente, tremer bem o ombro. Hoje o santo é cá embaixo, é um remelexo danado. Naquele tempo era no ombro..”(MARIANO,2003)

No entanto, ela não é a única a lembrar com saudade do uso da pedra de ralar.No documentário, “Axé do Acarajé ou quinzila de Oxalá”, produzido por Pola Ribeiro, Makota Valdina, do Terreiro do Tanuri Jussara, localizado no Engenho Velho da Federação, deu um depoimento dizendo que a troca da pedra de ralar pelos moedores provocou uma mudança significativa no sabor da iguaria. Para ela, no tempo em o feijão era triturado com o auxílio das pedras, o acarajé tinha a massa mais fina, por isso, era mais gostoso.

Elas não foram as únicas a encararem as mudanças de hábitos como transformações negativas. No livro “A Bahia já foi assim (crônicas e costumes)”(1973), Hidelgardes Vianna expressou seu descontentamento ao constatar que a feitura dos abarás não seguia mais os rigores de antigamente. Segundo ela, o feijão quando moído em máquinas perdia sua qualidade, produzindo assim, abaras menos saborosos:

O abará como você tem idéia pode ter visto fazer ou ouvir dizer, é feito comumente com feijão fradinho posto de molho e triturado na pedra antigamente, hoje passado no moinho ou no liquidificador.O gosto, embora pareça mentira, não é o mesmo.Tal como o acarajé, o abará tem suas cismas(VIANNA, 1973,124)

No texto “Etnocenologia e culinária do Acarajé”, publicado em 1997, o antropólogo Vivaldo da Costa Lima aborda esses aspectos. Pesquisando terreiros em Salvador, o autor constatou que até então alguns candomblés mais conservadores faziam questão de manter nas suas cozinhas, técnicas, acessórios e ingredientes tradicionais. Sobre a pedra de ralar, por exemplo, ele registrou que nos terreiros mais ortodoxos, seu uso ainda se fazia uma constante, principalmente na moagem dos grãos para o preparo das comidas de santo. O autor interpretou a resistência aos eletrodomésticos, como uma forma do terreiro se manter fidedigno ao compromisso ritual no preparo das comidas dos orixás. Nesse contexto, vale ressaltar, que a massa do acarajé preparada para fins não religiosos, não obedecia ao mesmo rigor ritual da destinada aos orixás, daí o fato do feijão poder ser triturado com moedores elétricos ou manuais, que ajudavam a dinamizar o processo de produção.

Nesses terreiros, o pesquisador encontrou, além da pedra de ralar, fogões alimentados por carvão vegetal ou lenha, panelas de barro, além de condimentos importados diretamente da África, tudo isso, na intenção de se manter a tradição genuinamente africana, além da boa qualidade da comida. Contudo, a seu ver os fogões alimentados a lenha, ou a carvão vegetal, estavam em vias de serem substituídos, pelos fogões a gás, muito mais práticos e fáceis de manusear. Além dessas motivações apontadas pelo autor, o desmatamento e a destruição das reservas naturais provocadas pela extração da madeira, para fabricação de carvão também contribuíram para que este fosse menos produzido, e conseqüentemente, se tornasse mais caro que o gás mineral, dessa forma, ficando economicamente inviável o seu consumo.

Dez anos se passaram da data da publicação do texto, e muitas das mudanças que começavam a ser apontadas, se consolidaram como hábito. A pedra de ralar, por exemplo, deixou de ser utilizada como utensílio doméstico tanto nas cozinhas das baianas, quanto nos terreiros. Tenho notícia, que no terreiro Ilê Axé Opô Afonjá, considerado um dos mais tradicionais de Salvador, o referido objeto faz parte do acervo do museu Ilé Obum Lailai, criado pela Ialorixá Stella de Oxossi. Nesse contexto, outras mudanças ocorreram e se consolidaram, como foi o caso dos fogões alimentados por lenha ou carvão, substituídos pelo gás mineral; e o uso de panelas de alumínio ou de aço inoxidável em detrimento às panelas de barro. Tudo isso, reflexo da adaptação do homem aos benefícios proporcionados pela modernidade.

Tratando-se da discussão acerca da origem do termo acarajé, estudiosos da área construíram hipóteses diversas para explicar a origem do vocábulo. A primeira delas sustentada por Maximilien Laroche, autor do trabalho “Akara, akra, acarajé: o gosto da África nas Américas” as palavras acarajé e akra derivam de akara, palavra iorubana que pode ser traduzida por: “nós compramos cantando” ou “bolinho que se compra cantando”, isto porque, decompondo o termo akará, onde a letra A pode significar *nós* ou *é preciso*, a partícula KA os verbos *cantar* ou *ler* e por último RA o verbo comprar. Enquanto que a palavra JÉ (que pronuncia-se “dje”), representa o verbo comer. Quanto ao termo brasileiro acarajé ele explica que significa “akara que se come”. (LAROCHÉ, 2004)

Outro parecer importante, é o da etnolinguista Yeda Pessoa de Castro no seu livro *Falares africanos na Bahia*, que define ACARÁ de duas formas: primeiro como um termo de origem banto, que na linguagem religiosa afro brasileira, pode variar entre verbo e substantivo e quer dizer fogo, carvão, tocar fogo, incendiar. A segunda hipótese levantada pela autora, traduz o termo como substantivo, masculino, que na linguagem religiosa quer dizer: “torcida que o povo come, ou seja, mecha de algodão embebido em dendê que se incendia e se faz com que os indivíduos possuídos pelas divindades ungiram para confirmar sua presença. Rito de confirmação dos devotos de iansã”. (PESSOA DE CASTRO, 2002 ,139)

Ainda, se referindo a palavra acarajé, a autora explica que é um termo proveniente da língua kwa, e que no português do Brasil, significa “bolo de feijão temperado e moído com camarão seco, sal e cebola, frito no azeite de dendê, serve-se quente, com molho nagô e vatapá. (PESSOA DE CASTRO, 2002,139)”

Quero ressaltar que apesar de não haver unanimidade entre os autores em relação à origem do termo, as opiniões convergem no fato do termo ser de origem africana, e ter sido introduzido no Brasil através dos africanos escravizados pelos portugueses.

Como documentou Vilhena no início do século XIX, o acarajé era vendido nas ruas da cidade, em meio a outras iguarias baratas que alimentavam a parcela da população mais pobre. Contudo, não dispomos de informações que nos permitam saber se nesse período, o bolinho já era vendido sozinho, ou acompanhado pelo molho nagô, como nos informa Querino em 1938, 136 anos após o comentário de Vilhena .

Referindo-se ao consumo das comidas apimentadas e temperadas com azeite de dendê entre a população, Luis Câmara Cascudo, em seu livro *Historia da Alimentação no Brasil*, registrou que o hábito de ingerir comidas picantes era particular e restrito à população soteropolitana, e não representava uma constante :“Essa cozinha captosa e dominadora, queimando línguas e acendendo azias, não é uma coisa permanente mesmo no Recôncavo. Fica na cidade de Salvador e arredores e não figura na cotidianidade normal dos cardápios regulares do povo”.(CASCUDO, 2004,827)

Mesmo “*acendendo azias e queimando línguas*”, como definiu Luis Câmara Cascudo, o molho nagô se configurou no acompanhante oficial do acarajé que, vendido a preço, ganhou as ruas e aos poucos para atender as necessidades alimentares dos seus consumidores, foi agregando novos molhos e recheios. O vatapá³, caruru ⁴, a salada de tomate verde ou salada vinagrete⁵, o molho de camarão, e até mesmo o molho de soja (não é uma constante), são hoje, opções de acompanhamento do bolinho.

Sobre a incorporação dos recheios e o aumento do tamanho do acarajé, Lima analisa o fato como um reflexo direto do crescimento do trabalho nos centros urbanos. Segundo ele, a concentração de pessoas nas cidades, gerou a elevação do custo de vida, e conseqüentemente

³ Antes de do acarajé o vatapá e o caruru já eram pratos conhecidos e apreciados na culinária baiana.O vatapá, pode ser feito com farinha de trigo ou com pão dormido.Existe também o vatapá preparado com galinha, garoupa (peixe), carne verde, bacalhau, peixe assado ou salgado. galinha, garoupa(peixe), carne verde, bacalhau, peixe assado ou salgado.(QUERINO,1988, 149). No candomblé usa-se o vatapá de inhame, conhecido como ipetê, este, é um dos alimentos oferecidos ao orixá Oxum.

⁴ No livro “Costumes Africanos no Brasil”(1988) Querino, nos dá a receita do caruru, que tanto pode ser preparado com quiabo, quanto com a mostarda, taioba, oió ou até mesmo, com folhas gramíneas, como a unha -de -gato, bertalaha, bredo -de- Santo- Antonio e capeba.Luis Câmara Cascudo, no livro a *Historia da alimentação no Brasil*, no capítulo dedicado aos mitos e realidade da cozinha africana no Brasil, escreveu que o quiabo era um fruto muito conhecido e apreciado em diversos países do continente africano. Conforme o autor, o termo caruru foi citado pelo médico Guilherme Piso, que viveu em Pernambuco entre os anos 1638 e 1644, para designar um prato popular de origem afro indígena consumido na cidade. O caruru a que ele se refere era preparado com uma erva, uma espécie de bredo que podia ser encontrado nos campos e nas hortas. Ela era comida como legumes (CASCUDO,2004,830).Segundo esse mesmo autor foi graças ao intenso transito de embarcações entre a costa brasileira e a africana, que o vocábulo caruru passou a designar também a iguaria naquele continente. Em Moçambique, Angola, Congo, Cabinda e São Tomé o prato ficou conhecido como calulu.

⁵ Entre os recheios incorporados ao acarajé estão o molho de camarão seco e a salada vinagrete. Sobre eles não encontramos registros que pudessem fornecer informações sobre seu acréscimo como recheio do acarajé, mesmo porque, o *vinaigrette* é uma palavra de origem francesa, que significa molho de vinagre. Essa espécie de molho é utilizada para temperar saladas cruas ou cozidas, ou iguarias que se comem frias.

o aumento do preço da comida nos restaurantes. Essas mudanças contribuíram para que o acarajé, assim como o abará, muitas vezes, substituísse o almoço. Outro ponto a favor da iguaria é que ela é capaz de suprir as necessidades nutricionais de um trabalhador. Entretanto, o autor ressalta que a variação no tamanho do acepipe não foi apenas o resultado de uma demanda de mercado, visto que na Bahia sempre foram confeccionados acarajés de tamanhos diversos, dependendo do pertencimento étnico de quem o produzia:

Sempre houve, na Bahia, entretanto, uma certa variação no tamanho do acarajé, provavelmente decorrente do modelo próprio de certos grupos étnicos bem diferenciados entre os nagôs, isto é, entre os iorubas da Bahia. Mulheres da nação egbá, por exemplo, faziam acarajés bem menores, chamados de acarakere em Abeocutá. O povo de Ilaxá, por sua vez, fazia um acarajé bem maior, chamado acarájexá. De todo modo, no processo de assimilação dessas diferentes formas na Bahia resultou um tamanho médio sem que de todo desaparecessem as formas originais. (LIMA, 1997, 70)

Há quem diga, que o tamanho do bolinho e o “excesso” de recheios, comprometam o sabor do acarajé, contudo, tanto o recheio, quanto o tamanho médio do acarajé foram adotados como padrão para o comércio. Os acarajés de tamanho pequenos, no entanto, são encontrados com frequência em eventos e restaurantes, como canapés ou entrada, antes do prato principal. Vale lembrar, a observação feita por Costa Lima que nos restaurantes típicos da culinária baiana, como prato de entrada, a iguaria é servida em pequena quantidade para não comprometer o consumo dos pratos mais caros. Outro espaço aonde é possível encontrá-los são em algumas praias da orla, onde porções compostas em média de dez “acarajezinhos”, acompanhado dos diversos recheios, podem ser compradas por R\$ 5,00.

Além do crescimento no tamanho, podemos observar que o acarajé sofreu mudanças no modo de ser comercializado. Sabe-se que no início do século XIX, precisamente em 1802, quando foi citado por Vilhena, o acarajé, assim como, outras iguarias de fabricação caseira este era vendido por escravos, em tabuleiros e gamelas, equilibrado na cabeça. Dessa forma, a venda da iguaria consistia num comércio ambulante que buscava seus clientes onde que eles estivessem.

Mais de um século, após a constatação feita por Vilhena, a outra indicação que se tem sobre o modo de comercialização do quitute, é feita por Dorival Caymmi em 1947, no livro

“Cancioneiro da Bahia”, onde o poeta amparado nas suas lembranças de infância, descreve peculiar o modo de mercadejar das pretas do acarajé⁶

Eu era menino e já me impressionava o pregão da negra vendedora de acarajé. Quanto mais distante me parecia um lamento. O pregão era em nagô, na língua geral dos negros e enchia-me os ouvidos os ouvidos de musica e de nostalgia; “o acarajé eco olalai oô” e continuava em português: “vem bezê-ê-em, tá quentinho” Não havia noite que eu não ouvisse. A negra era pontual com seu tabuleiro pela rua: dez horas ela passava. E, além do pregão, ela, ao descansar o tabuleiro para vender acarajé apimentado e o abará, costumava dizer aquilo que, anos depois, eu tomaria como motivo para a letra da musica que fiz sobre esse motivo. Era quase um resmungo (grognelement): “Todo mundo gosta de acarajé mas o trabalho que dá pra fazê é que é” O lamento do pregão eu deixei tal qual, palavra e musica. Em verdade, essa canção é muito mais daquela preta que vendia acarajé na minha rua do que mesmo minha... (CAYMMI apud LIMA, 1997, 71)

Em 1951, com base nos escritos de Odorico Tavares publicado no livro “*Bahia da Terra e do Povo*”, pressupomos-se que em certas localidades a venda do acarajé já ocorria de forma fixa, e não mais ambulante: “No Terreiro de Jesus, à tarde ou à noite, também se encontram “baianas” sentadas, às beiras dos passeios, com suas vestimentas próprias, sua higiene impecável, preparando seus quitutes, para transeuntes, para boêmios, altas horas da noite...” (TAVARES, 1951, 158).

No mesmo texto o autor fez o seguinte comentário: “ E a linda baiana negra, com o branco puro de suas vestes, com seus balangandans, seu torço também branco, como branca é a toalha que forra o seu tabuleiro sobre a cabeça. Que complicadas formas, que belos panos bordados, ocultam a panela de mingau ou do acarajé. (ibidem 161)

Somente em 1977, foi realizado um estudo específico sobre a atividade, intitulado “*Bahianas de Acarajé: uma categoria ocupacional em redefinição*” por Zahidê Machado Neto e Célia Braga, pesquisadoras da Universidade Federal da Bahia. A pesquisa deixou claro, que nesse período a venda do acarajé não era mais uma atividade ambulante, visto que os

⁶ Dorival Caymmi gravou a canção A preta do acarajé em 1939. Em 1979 ela foi regravada pela cantora Gal Costa, no disco Gal Tropical no ano de 1979. Já o livro, Cancioneiro da Bahia teve sua primeira edição foi publicado em 1947, pela Livraria Martins Editora.

tabuleiros, já estavam armados em locais fixos, estabelecidos previamente pela administração municipal.

É claro que a transição do comércio ambulante, para o fixo envolve questões bem mais complexas que exigem um aprofundado estudo histórico, social e econômico do impacto dos projetos de modernização de Salvador, no início do século XX, na sua população. Contudo, meu objetivo ao iniciar essa discussão foi mostrar que o acarajé apesar de manter sua receita original, sofreu e vem sofrendo transformações. Transformações essas que influenciaram seu recheio, modo de venda, tamanho até mesmo seu status, a ponto de ser considerado um dos ícones da culinária baiana, sendo tratado como uma “novidade” e não uma “redescoberta”(LIMA,1997).

O ACARAJÉ E AS RELIGIÕES

SIGNIFICADO DO ACARAJÉ PARA A RELIGIÃO AFRO-BRASILEIRA

No Brasil, no século XIX, grupos compostos por africanos escravos, libertos e crioulos, começaram a se organizar com o objetivo de cultuar coletivamente seus ancestrais, deuses africanos. Organiza-se então o Candomblé como um sistema harmonioso de representação religiosa coletiva e simbólica, onde a união da dança, música, cânticos, iniciação, sacrifício e a oferenda se transformam na pura expressão da religiosidade africana, em território brasileiro.

Esses deuses africanos, comumente conhecidos como orixás, lembra Bastide, na África, faziam parte de clãs, antepassados que após a morte tornaram-se deuses, mas ao mesmo tempo constituíam forças da natureza, adorados não só pelos seus descendentes, como por todos aqueles que necessitam de ajuda. Ele explica que ao cruzar o Atlântico, recriados, os deuses africanos foram organizados da seguinte forma: “.não são mais deuses de clãs;são deuses de confrarias religiosas especializadas.Perdem, pois seus caracteres de chefes de linhagens; aparecem daí por diante unicamente como personificações da tempestade, da guerra, do vento,do arco-íris etc”.(BASTIDE, 2001, 154)

Essa reunião coletiva só foi possível pelo fato dos africanos mais velhos, sacerdotes, conhecedores dos mitos e ritos do seu povo, terem conservado na memória suas práticas religiosas, sendo assim, possível transmiti-las ao grupo.

Grupos religiosos iniciáticos, que agregavam escravos, libertos e crioulos(que assim eram chamados os negros já nascidos no Brasil) de diferentes origens étnicas, reunidos sob um modelo ideológico bem definido e marcadamente etnocêntrico, em que predominavam os valores simbólicos expressivos e doutrinários dos grupos fon e ioruba, chamados na Bahia, de jejes e nagôs (LIMA, 2006,322)

Cascudo (CASCUDO,2004) comenta sobre a influencia dos diversos grupos étnicos na fixação de um cardápio africano no Brasil, particularmente em Salvador :

Ter-se-ia verificado na cidade de Salvador uma concentração negra mais homogênea, mais íntima e possibilitadora da defesa das velhas comidas africanas que em outras paisagens.Seria ao redor dos candomblés, do culto jejê-nagô, que a cozinha pôde manter elementos primários de sua sobrevivência. Creio que esse processo de coesão religiosa já ocorreria no século XIX (CASCUDO, 2004,824)

Assim, os deuses da África - orixás, nagôs, vuduns, jejes e inquices- outra vez, puderam ser reverenciados, com direito a “saciar sua fome” com suas comidas prediletas .

Nesse tempo foram recriadas muitas das comidas cotidianas dos homens e dos santos.Pois que o santo come o que os homens comem.E as comidas mais elaboradas das festas, das celebrações votivas.Esse foi o tempo do cozinheiro e da cozinheira escravos, reproduzindo o cardápio basicamente, mas já substituindo, trocando ingredientes, colorindo ensopados com o vermelho do dendê, inventando as moquecas, usando o inhame, a banana cozida, recriando o caruru, o vatapá. (LIMA,2006,322)

A recriação desse cardápio, facilitada por causa do intenso comércio existente entre as duas Costas, a brasileira e a africana (Verger,1999) possibilitou que muitos produtos fossem trazidos da África, e incorporados a dieta dos africanos e daqueles que aqui moravam.

Nas cerimônias religiosas dedicadas aos deuses é “indispensável o banquete ritual, com comidas que a antiguidade tornou sagradas”(CASCUDO, 2004,.825).Assim era o banquete dos deuses: requintado. A simplicidade é apenas aparente como explica Costa Lima: “Elaboradas, requintadas na forma, no ordenamento do preparo, ou na simplicidade aparente

prescrito pelo mito. Vez que atrás de cada oferenda alimentar, está o mito que a prescreve pelas praticas divinatórias” (LIMA, 2006,323)

São através das oferendas, dos ritos e dos cânticos que os homens demonstram e reforçam sua fé nos Orixás e se auto-identificam. Os Orixás, divindades do candomblé ligados às forças da natureza e a aspectos da vida humana, assim como os homens, têm seus gostos e preferências. Muito mais que relacionada a um sistema nutricional, a comida é também chamada de Axé do Orixá, indispensável para a conservação da vida. Em comentários tecidos por Lody “O ato de comer e beber no Candomblé transcende a ação biológica e se constitui na principal maneira de renovar e estabelecer o axé” (LODY,1998,17). Assim, é através do alimento que essa ação se concretiza. È por meio dela que o vínculo entre os Deuses e os Homens, se perpetua e se solidifica.

Sendo os deuses “grandes comilões” (BASTIDE, 2001) é natural que sejam exigentes em relação a sua alimentação. Os alimentos preparados para os deuses devem ser abundantes, coloridos e precisam corresponder ao paladar de cada Orixá.

A cozinha dos Deuses se transformou em cozinha baiana. E isso porque as cozinheiras empregadas pelos brasileiros nas casas dos senhores e nos sobrados eram, em geral, filhas dos deuses. Assim, elas enriqueceram a cozinha européia com os pratos mais apetitosos e deliciosos, para todos aqueles que sabem apreciar a boa mesa. (BASTIDE, 2001, 333)

Os “presentes” não são oferecidos de qualquer forma, nem em qualquer lugar. São nos pejis, altares sagrados, onde as comidas são ofertadas aos deuses, respeitando sempre seus gostos, preferências e também seus tabus. Querino (1988) definiu o peji como “espaço que domina o santo”(QUERINO,1988,38).

Sabe-se que das cozinhas dos terreiros saem saborosas iguarias. São elas muitas vezes que atraem para as festas públicas um número considerável de pessoas, sem nenhuma ligação com a religião, apenas com intuito de comer. Num tom de reprovação Bastide comentou o fato:

Nas cerimônias públicas, a consagração e a ritualização da refeição são menores. Muitos profanos, de fato, freqüentam os candomblés apenas por gulodice, e conhecemos alguns que sabem onde se come o melhor ximxim de galinha, o melhor caruru etc. E isso não deixa de apresentar inconvenientes” (BASTIDE, 2001,336)

Abordadas as questões gerais, passemos agora para o acarajé. Como se sabe, o bolinho de feijão é comida ritual vinculada ao culto de Iansã, orixá do corpo perfeito, que rege o fogo, ventos, trovoadas e tempestades. Guerreira do corpo de fogo, Oiá-Iansã traduzida num dos versos do seu oriki como: “leopardo que come pimenta crua” em ioruba: “ekun ti njé ewe atá”.

Segundo Prandi (1997) a relação de Iansã com o fogo se explica pelo fato, do Orixá ter usado uma porção de Xangô:

Um dia Oiá foi enviada por Xangô às terras dos baribas. De lá ela traria uma porção mágica, cuja ingestão permitia cuspir fogo pela boca e nariz. Oiá, sempre curiosa, usou também a fórmula, e desde então possui o mesmo poder do marido (PRANDI,1997,178)

Iansã⁷ também é considerada à senhora dos nove partos, ou nove filhos. Segundo o sacerdote, Cido de Ósum (2002) o número nove está associado a várias passagens importantes da história desse Orixá, por isso, oferecendo a ele nove acarajés é bem possível que se consiga maiores graças.

Os acarajés⁸ destinados a Iansã são preparados do mesmo modo, e com a mesma receita dos bolinhos vendidos nas ruas: feijão fradinho, sal, cebola e azeite de dendê para fritura. Entretanto, em alguns terreiros mais tradicionais, como explica Costa Lima (1999), o acarajé servido ao orixá, tem adicionado à sua massa pedaços de quiabo, nesse caso, ele é denominado acarajeilá, no caso o sufixo ilá representa a palavra quiabo em iorubá.

⁷ -Segundo Maria das Graça de Santana Rodrigué, no livro “ ORÍ APERÉ, O ritual das águas de Oxalá ”, Ed. Summus, SP, 2001, p. 96, na Nigéria na cidade de Ilê Ifé o acarajé representa os filhos gerados e não criados do orixá. Iansã, Mãe de eguns, Iá messan Orún, Mãe dos nove filhos mortos. O acarajé envolto no azeite de dendê é associado a feto ainda em estado de formação, envolto em sangue.

⁸ Segundo Lody (2004) os acarajés grandes e de forma arredondada são destinados ao Orixá Xangô, já os menores são oferecidos a Iansã e os pequeninos de forma bem redonda são para obás e erês. Ao contrário do que evidencia o autor, por ocasião do dia 04 de dezembro, dia consagrado a Santa Bárbara que no sincretismo religioso é representada pelo orixá Iansã, encontrei sendo vendido em vários tabuleiros, acarajés de tamanho gigante, que pesavam cerca de 200 gramas, enfeitados com camarão seco. Indaguei a baiana qual a finalidade daqueles acarajés, ela respondeu que eram feitos por encomendas, para serem ofertados a Iansã.

O acarajé não é só oferecido a Iansã, outros Orixás como: Oxumaré, Ogum, Xangô, Oba e Ibeji, também o recebem como oferenda. No livro “*O dono da terra, o caboclo nos Candomblés da Bahia*”, Jocélio Teles dos Santos, cita que nas comemorações do Dois de Julho era comum, adeptos do Candomblé fazerem oferendas de acarajés, charutos, farofa pipoca e outros diante do carro do caboclo, transformando-o em um verdadeiro peji. (SANTOS, 1995, 45)

Em todas as celebrações que se faz a Iansã, o acarajé está presente. Mas é no “Akara de Oyá”, que ele tem o maior destaque. O antropólogo Wilson Caetano descreveu detalhadamente a festa ocorrida no Terreiro de Candomblé *Ilê Axé Yá Oxum*. Os primeiros acarajés oferecidos foram para Exu e os Ancestrais depois, foi a vez do grande público:

Yansã trouxe na cabeça uma enorme panela de cobre cheia de bolinho de feijão, fritos no azeite de dendê. Enfeitando a panela, amarrada às suas asa, vinham dois laços brancos com a barra bordada em rechilieu rosa e cor de abóbora, cores do fogo, cores de Iansã ..Impressionava á todos o fato de Iansã não usar as mãos para segurar a panela de cobre que levava apenas na cabeça...mais de cem pessoas comeram do pão de Iansã neste dia...(SOUZA JUNIOR,1997,201)

De forma hierárquica, Iansã serviu primeiro os Ogãs, depois aos convidados, que em sinal de respeito receberam o acarajé com as duas mãos juntas em forma de concha. Após compartilhar os acarajés com os convidados, o Orixá se recolheu aos seus aposentos, para voltar mais tarde e fazer a dança final. Segundo Verger a festa do “Akará de Oyá” tem ligação com o ajeré, uma cerimônia africana na qual é testada a veracidade da divindade. Nela, os orixás Xangô e Iansã comeram juntos mechas de algodão acesas embebidas em azeite de dendê, que representavam o acarajé.

O SIGNIFICADO DO ACARAJÉ PARA OS NEOPENTENCOSTAIS

“Acarajé de Jesus” ou “Bolinho de Jesus” foi o nome dado ao acarajé, pelos neopentecostais⁹ (evangélicos ou cristãos). Essa ressignificação fez parte de uma estratégia dentro da chamada “batalha espiritual” ou “guerra”, como definiu Gumucio (GUMUCIO,1999,27), empreendida pelo grupo para deslegitimar e demonizar os elementos simbólicos da religião afro brasileira, responsáveis, segundo eles, pelos infortúnios¹⁰ na vida do homem.

Sendo o acarajé uma comida de santo do candomblé, rebatizá-lo com o sobrenome Jesus pode ser entendido como uma tentativa de desvinculá-lo da religião afro brasileira. Julio César Benedito (2005), que publicou um estudo sobre a simbiose ritualística e espetáculo religioso no Distrito Federal, detectou que os evangélicos acreditam na existência de sete maneiras de ser acometidos de “encostos e obsessões. Uma delas é pela ingestão de comidas amaldiçoadas ou “trabalhadas”.(BENEDITO,2005,19)

No caso específico do acarajé, eles acreditam que a iguaria é “trabalhada” pela vendedora com o intuito de aumentar a vendagem. Dai então, se torna uma fonte de doenças físicas e espirituais para quem o ingere. A ação do acarajé enfeitado foi explicada pelo o

⁹ O movimento pentecostal teve início no Brasil no começo do século XX, e se caracterizou inicialmente pela ruptura com as tradições religiosas brasileira de origem católica. Para Sanchis(2001) três aspectos contribuíram para propagação do movimento: primeiro foi a velocidade em que foram abertos templos evangélicos no país; O segundo aspecto se refere às chamadas “cruzadas evangélicas” iniciadas durante a as décadas de 1950 e 60 empreendidas em forma de missão à conquista de fies, que abriram espaço para o surgimento da chamada terceira onda pentecostal; E por último, foi a utilização do rito exclusivamente “neopentecostal”, criado a partir de cosmovisões variadas, mimetismo e contaminações que de forma prática atendia ao anseio do seu publico a procura de soluções, para todos os tipos de problemas, do desemprego até a recuperação da boa saúde. Instaladas as condições necessárias , entra em cena o chamado movimento de terceira onda dos pentecostais, denominados também como “neopentecostais” ou popularmente “evangélicos”. Esse grupo se distingue dos pentecostais clássicos, principalmente por utilizarem o como base da sua liturgia a parte da Bíblia, denominada de Novo Testamento associada a uma serie de recursos midiáticos, além de praticas e rituais originários das religiões afro- brasileiras. Nas ações praticas dos “neopentecostais”, as experiências mágicas se confundem com as experiências do batismo no Espírito Santo. A benção e a prosperidade em todos os âmbitos da vida do homem são alcançadas por meio da derrota de elementos místicos maléficis, representantes do diabo, que atuam disfarçados de deuses em outras religiões, principalmente nas de origem africana.

¹⁰ A maneira como os neopentecostais interpretam a magia e suas conseqüências desastrosas para a vida do homem, me fez lembrar a o livro do antropólogo Evan Pritchard publicado em 1937. “Bruxaria Oráculo e Magia entre os Azandes”, é uma etnografia que retrata a experiência dos Zande com a bruxaria suas atribuições de casualidade ás doenças e ao infortúnio. A convergência entre o modo de pensar desse grupo étnico africano e os membros das religiões está na maneira com que forças invisíveis afetam diretamente o desempenho físico, social e emocional de um indivíduo.

bispo Macedo da IURD: “Todas as pessoas que se alimentam de pratos vendidos pelas famosas baianas estão sujeitas, mais cedo ou mais tarde a sofrer do estomago. Quase todas essas baianas são “filhas de santo” ou mães de santo” que trabalham a comida para terem venda. Algumas pessoas chegam a vomitar as coisas que comeram, mesmo que isso tenha sido há muito tempo.”(MACEDO, 1996, 48)

Não faltam relatos sobre as formas de “enfeitiçar” o acarajé. Conforme nos informaram, as substancias mais usadas são o “pó de pomba” ou o “dedo de anjo”. A “pomba” é um pó mágico feito de cal ou giz, já o “dedo de anjo” é mais elaborado e muito mais nocivo, pois é feito de ossos humanos, de preferência de crianças. Segundo nossa informante, os ossos devem ser retirados dos cemitérios após a meia noite, daí lavados e triturados para a preparação da magia. Tanto a “pomba”, quanto o “dedo de anjo” quando misturados à massa do acarajé servem para aumentar a clientela da vendedora, mas como consequência trazem moléstias físicas e espirituais para o consumidor. Uma informante que se declarou conhecedora do “acarajé preparado” deu a seguinte dica: “...é difícil reconhecer a “olho nu” o acarajé preparado com “pomba”, para isso é preciso prová-lo. O acarajé ou abará ficam com gosto amargo. Eu reconheço de longe”

A crença na disseminação da feitiçaria através dos alimentos não é recente. Nina Rodrigues, em “*O animismo e fetichismo dos negros baianos*” (RODRIGUES, 2005,66), citou um caso em que uma mulher disse ter adoecido por causa de um torrão de açúcar “preparado”. No caso do acarajé “preparado”, o objetivo principal não é trazer danos a quem o consome, e sim prosperidade a quem o vende. Daí o fato, de se comentar que o sucesso de algumas vendedoras de acarajé, ser fruto desse tipo de magia.

O argumento das vendedoras evangélicas é que o acarajé produzido por elas se diferencia dos outros por não passar por nenhum tipo de processo ritual, preceito nem magia, por isso inofensivo ao consumidor. Para elas, o que deve ser observado no produto são a qualidade e a higiene, daí, podemos entender que distanciar os tabuleiros das tradições afro, significa torná-los “profissionais”. Algumas vendedoras mais ortodoxas optaram por não vestir o traje típico, e ou adornar os tabuleiros com bíblias e adesivos com frases cristãs.

Para Gerlaine Martini, autora do trabalho “Baiana do Acarajé. A uniformização do típico em uma tradição culinária afro-brasileira” (2007), a entrada das evangélicas nesse

mercado do acarajé ultrapassou a necessidade de trabalho, e essas atitudes contestadoras da tradição podem ser entendidas como uma forma de provocação e de auto-afirmação diante do candomblé. A autora chamou atenção para o fato do grupo querer se distanciar dos moldes tradicionais, até mesmo no uso da indumentária típica. Como exemplo ela cita o fato do uso de camisetas com a identificação do tabuleiro, guarda-pó, ou mesmo roupas comuns. Ela também observou a presença de vendedoras evangélicas que vestiam roupas e lenço preto, já que o preto é uma cor refutada pelo candomblé.

A recusa na adoção dos trajes típicos é interpretada por muitos como uma atitude desrespeitosa, uma afronta às raízes da cultura afro-baiana. Conservadorismo a parte, o fato é que do ponto de vista jurídico, a não adoção do traje vai de encontro ao decreto de nº 12.175, que estabelece o uso da vestimenta como obrigatória. Entretanto, devemos ser cuidadosos, e não estabelecer essa atitude como uma norma entre todas as vendedoras desse grupo, visto que pudemos constatar durante o trabalho de campo que, todas as pesquisadas, inclusive as evangélicas, se encontravam vestidas a caráter.

Sobre a organização e venda do acarajé pelos cristãos, Martini chamou atenção que apesar de menos aparente a venda do “Acarajé de Jesus”, é organizada de modo familiar, e segue o modelo da sucessão. Ela cita os exemplos de tabuleiros evangélicos, nos quais os participantes pertenciam ao mesmo grupo familiar, marido, esposa e filhas. Para autora esse modelo é mais adotado por ele ser o mais vantajoso em termo de rentabilidade, flexibilidade e remuneração. Mesmo que o modelo administrativo dos tabuleiros não se distinga, as mulheres perdem espaço, pois, deixam de ser a figura principal, já que os homens, na figura do marido ou do pastor, são responsáveis por dirigir e orientar as mulheres nas tarefas e na administração do negócio.

Apesar dos discursos e das posturas radicais dos evangélicos que procuram construir um acarajé com identidade própria, desvinculada do candomblé e das suas práticas de oferenda, torna-se difícil utilizar qualquer critério valorativo do acarajé, referendado em si mesmo, sem fazer alusão ao seu papel de alimento ritual.

O AZEITE DE DENDÊ

Não se pode escrever sobre o acarajé, sem se referir a um dos seus principais ingredientes, o azeite de dendê¹¹. A palmeira (*Elaeis guineensis*), originária da África, foi introduzida no Brasil durante o período de tráfico negreiro no final do século XVI. Do fruto do dendezeiro, pode-se produzir dois tipos de óleo, um feito com a polpa (mesocarpo), outro retirado da amêndoa (óleo de coco). O azeite de dendê utilizado na culinária é retirado da polpa do fruto.

A inserção desse produto na cozinha brasileira ocorreu, segundo Querino, pelo fato dos comerciantes portugueses destinarem sempre um africano ou africana para o serviço culinário em suas casa. Isso possibilitou que usos e costumes vindo da África fossem introduzidos e incorporados na culinária a “moda Reino”, daí, modificando o preparo das carnes, aves, mariscos e animais domésticos consumidos.

Para ele, o uso do azeite de dendê revolucionou a cozinha baiana transformando-a “em primazia, na arte culinária do país” :“Fora o africano o introdutor do azeite de cheiro, camarão seco, da pimenta malagueta, do leite de coco e de outros elementos, no preparo das variadas refeições da Bahia...As iguarias em que o português fazia uso do azeite de oliveira, o africano adicionava com eficácia, o azeite de dendê ou de cheiro” (QUERINO,1988,136-37)

Vale ressaltar, que na África o azeite de dendê assim como, óleo de coco e a pimenta malagueta, já eram apreciados pelos nativos, pois, faziam parte da sua dieta alimentar Sobre esse fato Mendes lembra que:

Os negros trazidos para o Brasil foram extraídos da Costa de Mina; Cabinda; do Reino de Angola; do Novo Redondo; de Benguela; de Cabo Verde, suas principais atividades produtivas na África são de agricultura de subsistência: plantando milho, o feijão; o aipim, a mandioca, a malagueta, o gergelim, o mandubim (de onde extraem o azeite)e o gengibre...Eles se sustentam de feijão cozido, o qual é temperado com sal de pedra, que tem a cor amarelada...temperam esse

¹¹ Na África, dependendo do país, o azeite de dendê recebe varias denominações. Na Costa do Marfim, por exemplo, ele é chamado de *ade-koi* e *aderrsan*, em Gana é conhecido por *abobobe*, no Benin tem três designações diferentes: *de-yayá*, *de-kla*, *de-ghakun*, *votchi*, *fede* e *kissede* , e na Republica dos Camarões *di-bope* e *lissombe* .E no Brasil é conhecido como: azeite de cheiro, epô, óleo de dendê, azeite de dendê e óleo de palma.

mesmo feijão com azeite, chamado de coco...algumas vezes temperam com outro azeite, chamado dendê, e demais lhe juntam a pimenta malagueta(MENDES,1793,28\,29).

O grande consumo de azeite de dendê impulsionou o comércio entre o Brasil e os países de Angola e Gâmbia, seus principais produtores (CARNEIRO, 1976), criando assim, um grande mercado entre os dois continentes. Ele foi incorporado à dieta alimentar dos brasileiros, principalmente pelos moradores do Recôncavo baiano, o que deu a essa culinária regional, segundo Vivaldo da Costa Lima um “toque de identidade”: “ A cozinha do recôncavo, também popularmente conhecida como comida de azeite, em alusão ao azeite de dendê significa o fundo”(LIMA,2006, 319).

Outro autor que compartilha de opinião semelhante é Raul Lody. Para ele o uso do azeite de dendê no preparo dos alimentos é uma das principais marcas identitárias do cardápio afro-brasileiro: “...Ele é uma espécie de todos os sabores africanos aqui preservados, e lembrados nos terreiros também na ampla e diversa culinária nas casas, nas feiras, nos mercados, marcando ciclos festivos, entre outros eventos sociais.” (LODY,1998,26)

Apesar de ser uma “marca identitaria” do cardápio afro - brasileiro, as comidas de azeite, por conterem um grande teor calórico, não fazem parte da alimentação diária da população. Geralmente elas são servidas nos lares baianos em ocasiões consideradas especiais, e na “sexta-feiras santa”, onde a ceia católica regada a pão e vinho traz também diversas iguarias temperadas com azeite de dendê. É comum encontrá-las também na sexta – feira, nos cardápios dos restaurantes populares, nos outros dias elas praticamente desaparecem, abrindo espaço para o tradicional arroz e feijão. A exceção fica por conta dos restaurantes típicos especializados nesse tipo de prato.

Ericivaldo Veiga de Jesus que pesquisou a cozinha baiana do restaurante-escola do Senac, constatou que mesmo aqueles que trabalham diretamente na confecção de pratos típicos baianos, incluem no seu cardápio comidas azeitadas, no máximo três vezes por semana. Os aprendizes-trabalhadores disseram que apesar de gostarem dos pratos típicos, sua preparação requer um investimento maior de tempo e de dinheiro. Outro fator que os afasta das comidas azeitadas é a condição de saúde dos membros da família, que muitas vezes são alérgicos ou mesmo sofrem com o colesterol alto. (JESUS, 2002)

No contexto religioso, a presença do azeite de dendê¹² numa comida representa a bipolaridade entre o frio e o quente, e serve para determinar a natureza do orixá. Por isso, só os orixás de natureza “quente”, expansiva e guerreira recebem o azeite de dendê na sua comida. Já o termo “frio” fica para os orixás de natureza calma e pacata.

Do ponto de vista comercial o que determina uma boa qualidade do azeite de dendê é a sua origem. Segundo Zeu e Souza, proprietários de um box na Feira de São Joaquim o mercado dispõe de duas modalidades de azeite: os produzidos no “rodão” (artesanal) e o industrializado (processado na fábrica). O azeite produzido no “rodão” é fabricado de modo artesanal e é de qualidade duvidosa, visto que não é produzido com o devido cuidado de higiene e, além disso, sua textura é influenciada por fatores climáticos, que a depender da época em que for confeccionado, pode resultar em um óleo rançoso, de sabor desagradável. Esse tipo de produto chega à custar 50% mais barato que o industrializado.

O produto industrializado na opinião dos comerciantes é melhor porque sua textura, aroma e sabor não são influenciados pelos fatores climáticos. Além disso, ele passa por um processo de controle de qualidade que garante um produto livre de impurezas. Para eles os melhores azeites são aqueles produzidos nas cidades de Valença –Ba (Ó Palma) e Belém-Pará(Marisa), entretanto, eles são os mais caros e chegam a custar R\$3,50 o litro.

¹² No candomblé, não é apenas o azeite que é utilizado. Do dendezeiro se aproveitam, as folhas, os talos e o fruto. Com as folhas mais novas da árvore se fabrica geralmente o mariô, uma espécie de cortina utilizada para proteção do ambiente. Segundo Lody ele marca a fronteira entre o espaço sagrado e não sagrado (1992, 13). As folhas também servem como matéria prima para construção da aldeia (casa do caboclo); A fruto além de adornar as roupas de alguns orixás, estão presentes no jogo do Ifá.

CAPITULO II - MERCADO DO ACARAJÉ -VENDEDORAS E VENEDORES DE ACARAJÉS

UMA VISÃO HISTÓRICA DAS VENEDORAS DE ACARAJÉ

*“Acarajé veio pra rua
Garantindo obrigação
Dinheiro pra Iaô
Que fazia devoção
Agora ele é vendido
Como prato preferido
De toda a população”¹³*

Não podemos falar no trabalho feminino no comércio de alimentos em Salvador, sem relacioná-lo aos *cantos* e ao trabalho de ganho exercido por muitos escravos nos séculos XVIII e XIX. Sabe-se que, a princípio, os ganhadores (os carregadores) ficavam estabelecidos nas cidades em *cantos* (locais de aglomeração de negros para o trabalho) à espera dos clientes. Até então, participavam dos cantos, homens que trabalhavam como carregadores. Segundo João Reis, *os cantos* podem ter surgido inspirados nos grupos de trabalhos voluntários que existiam na África Ocidental, conhecido como *oro* entre os iorubas. Sobre os cantos de Salvador ele explica: “os cantos baianos tinham nome de ruas, lagos, ladeiras, ancoradouros: canto da Calçada, do portão de São Bento, da Mangueira, do cais Dourado” (REIS,1993,13).O autor também argumenta que o sentido da palavra canto pode significar esquina, lugar estratégico na cultura da rua, um espaço de confluência, reunião(*ibdem*).

Os trabalhos dos ganhadores eram de suma importância para o comércio baiano. Muitas vezes, a presença deles nos espaços públicos era motivo de desavenças com os comerciantes do local. Reis cita um caso de disputa ocorrido em 1859, entre o comerciante Francisco José de Farias Villaça, e os negros do canto do Beco do Galinheiro, no Comércio. O comerciante recorreu à Câmara alegando que a sua loja de “fazendas secas” estava sendo

prejudicada pela presença daquele canto, onde ganhadores promoviam algazaras e diziam obscenidades. Além disso, estava sendo vítima de roubos, e por isso, solicitava que eles

¹³ Fragmento extraído do texto *literatura de Cordel -Akará-jé o mesmo que comer fogo*, autoria de Antonio Vieira.

fossem transferidos para outra localidade. A Câmara deu parecer favorável aos ganhadores, justificando que eles estavam no local há muito tempo, portanto, tinha direito adquirido pela antiguidade. Mesmo porque, seus serviços eram necessários para o “expediente do comercio”, e tal “comercio era bem maior que o lojista Villaça” (REIS,1993,14) .Tal atitude deixou claro, que os serviços prestados pela população dos cantos eram essenciais para o funcionamento do comercio local. A transferência dos “ganhadores” traria prejuízos financeiros para o comércio local, conseqüentemente diminuiria a arrecadação para os cofres municipais.

Reis informa que os ganhadores que se dedicavam ao comércio de produtos da lavoura tinham uma grande influencia no mercado, por fazerem parte de uma liga africana de cunho comercial. Essa rede influenciava o mercado do Recôncavo que abastecia Salvador. Tal fato provocou a revolta de alguns comerciantes, a ponto de no ano de 1858, no distrito de Nazaré da Farinhas, ter sido encaminhado um abaixo-assinado à Assembléia Provincial, denunciando a ação dos “zangões-sociais” nos mercados e feiras.O texto dizia:

..essa aluvião de zangões sociais apresentão- se no mercado, apoderão-se das tropas, tomão à força das mãos dos outrem os gêneros, impõem aos conductores seus iguaes o dever da preferênciã, e ainda não contentes, logo desembarção n'esta Cidade, e isto na época da carestia dos viveres, vão se collar nas estradas, a duas e três legoas de distancia, n'ellas effectuão suas compras, deixando até os consumidores internos desprovidos d'elles, e obrigados a comprar nas mãos d'esses arrogantes e improvisados introductores por alto preços!!! (REIS,1993,16)

A outra ponta da rede do comércio dos africanos abrangia Salvador, e nela como ressalta Reis, “reinavam ambulantes e quitandeiras, a maioria mulheres” (ibdem). O censo, do distrito de Santana, em 1849 apontava, que a maioria das mulheres libertas declarou “mercadejar diversos gêneros”, outras mais especificas citaram: mingau, acaçá, abarém, frutas, verduras, feijão, arroz, milho, pão e peixe. Elas já monopolizavam o pequeno comercio de gêneros alimentícios que abastecia a cidade. Em 1835, após a revolta dos malês, foi sugerido por uma comissão de juizes, que os africanos fossem proibidos de comercializar alimentos.Embora fosse contra a presença dos africanos nas ruas, o chefe de policia, discordou da proibição, lembrando a “carestia repentina” gerada pela proibição anterior

A atitude cautelosa do chefe de polícia a respeito da presença dos ganhadores no comércio mostra que o abastecimento urbano dependia dos serviços prestados por essa população, e, caso fosse adotada a proibição, os prejuízos seriam da população. Como ocorreu em 1857, quando uma lei que obrigou os ganhadores a terem matrícula e chapa de identificação pendurada ao pescoço. Tal fato gerou um protesto que durou cerca de cinco dias e causou transtornos à população.

Dentro do contexto do sistema escravista, o ganho, segundo Kátia Matoso no livro *“Bahia: a cidade de Salvador e seus mercados no século XIX”*, permitiu que os escravos urbanos tivessem mobilidade, e se mantivessem a maior parte de seu tempo distante das vistas dos seus donos, trabalhando nas ruas, portos e construções, tendo maior liberdade que os demais escravos. Em alguns casos, os proprietários até permitiam que eles morassem fora de casa, em quartos alugados. Eles só retornavam à casa para “pagar a semana”, a quantia acordada com os seus donos (REIS,1993,10). Dessa forma, o grupo dos “ganhadores” e “ganhadeiras” se constituíram num “grupo. materialmente mais privilegiado”(MATOSO,1978,165), pois podiam acumular parte do lucro. Contudo, Matoso chamou atenção para a dificuldade de diferenciar os escravos domésticos e os de ganho, visto que a linha que os separava era tênue, pois, um escravo podia desempenhar ambas funções, a depender, da necessidade do seu dono.

Os alimentos vendidos pelas ganhadeiras, segundo Matoso alimentava a população dos cantos. A autora escreveu: “Essa população que ficava a espera de ganhar o pão cotidiano era alimentada por negras ganhadeiras que desde as primeiras horas da manhã lhes vendiam canjica e mingaus de tapioca, quentes açaçás, arroz e carne seca, carne de baleia, inhames cozidos, carurus e etc.” (MATOSO,1978,173)

Cecília Moreira Soares, autora do livro *“As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador”* fez uma radiografia do trabalho dessas mulheres no século XIX. Ela constatou que o ganho era o que garantia o sustento de uma grande parte das qual mulheres negras, inclusive as livres e libertas. Elas comercializavam seus produtos em tabuleiros, gamelas e cestas, sempre apoiados na cabeça. Era possível encontrá-las em locais destinados a feiras livres e mercados.

Conforme informações contidas no Livro de Postura de 1831 foram delimitadas áreas específicas para o comércio a varejo:

“...o campo lateral da igreja da Soledade, o campo de Santo Antonio, em frente a Fortaleza, largo da Saúde em frente a roça do padre Sá, o campo da Pólvora, o largo da Vitória, o largo do Pelourinho, o Caminho Novo de São Francisco, a praça das Portas de São Bento, Largo do Cabeça, a praça do Comércio, o Caes Dourado.”(SOARES,1996,62)

As comidas vendidas por elas, consistiam em pratos quentes preparados à base de miúdos de boi, farinha, feijão, carne seca e verduras. Geralmente, elas vendiam em barracas improvisadas em locais de grande movimentação. No ano de 1840, consta no livro de registro da freguesia de Santana, que as negras libertas cadastradas naquela região se ocupavam da venda de peixe, banana, tecidos, frutas, sapato, mingau, açaçá e abarem, uma espécie de bolo de milho ralado na pedra e cozido envolto em folha de bananeira.

As ganhadeiras tiveram um papel importante tanto do ponto de vista econômico, quanto político. Segundo Cecília Soares (1996) eram elas que monopolizavam o comércio de alimentos em Salvador, pois serviam de ponte entre o produtor e o consumidor, desse modo influenciando até no preço do produto. As ganhadeiras que vendiam peixes, por exemplo, recebiam o pescado diretamente dos pescadores. Do ponto de vista político, a presença das ganhadeiras instaladas em pontos estratégicos da cidade era vista com cautela pelos governantes. Segundo eles, as negras poderiam servir de intermediárias entre grupos considerados perigosos pela elite.

Por conta disto, nos estados da Bahia, São Paulo e Minas Gerais foram adotadas medidas repressivas, com o intuito de controlar a circulação delas pela cidade. Em São Paulo, por exemplo, foi publicada uma medida que as obrigavam a permanecer na cidade e encerrar as vendas após a Ave Maria (18 horas). Outra forma de controle era o cumprimento do Código de Posturas, que fiscalizava a qualidade, o preço e as medidas, estas deveriam seguir as especificações estabelecidas pelo código do município, o que era quase impossível devido às condições de pobreza em que elas viviam. Além disso, era proibida a circulação de escravos de ganho sem a autorização expressa da Câmara Municipal. No caso das libertas era necessária uma licença, emitida pelo Município, e, o pagamento da taxa de matrícula.

Com o fim da escravidão e o advento da República, já estava sendo implementado o projeto de urbanização da cidade de Salvador. A Salvador moderna, pensada para o século XX, incluía a ampliação do centro urbano, demolições de prédios antigos, e principalmente “desafricanização” das ruas, ou seja, a retirada dos negros e negras que faziam das ruas da cidade, uma feira livre, e restaurantes ambulantes.

Esse processo se estendeu nos governos de José Joaquim Seabra (1912-1916), e Goés Calmon(1924-28) que pretendiam inserir Salvador nos ares da modernidade. Uma das primeiras atitudes tomadas por J. J. Seabra, em 1912, foi a transformação das “feições colônias” da cidade, alargando ruas para a passagem de bondes e automóveis, e demolindo casarões antigos, além de abrir estabelecimentos comerciais mais sofisticados como: pastelarias, cafés, confeitarias, casas de chá, lojas de artigos finos e moda; reformando teatros e cinemas. A rua passou a ser freqüentada por pessoas da elite com assiduidade, fazendo dos lugares públicos, pontos de encontro.

O modelo de reurbanização adotado por ele era inspirado nos moldes da capital francesa, Paris. O “centro histórico” de Salvador mereceu especial atenção, e lá foram construídas a Avenida Sete de Setembro, o Teatro Municipal e o Mercado Modelo (inaugurado em 1912). Este foi criado com o objetivo de implementar um novo modelo de organização das feiras, substituindo as que funcionavam na cidade. Contudo, o projeto executado não levava em consideração que a cidade de Salvador tinha sua especificidade, como explica Bacelar:

Numa sociedade que importava quase tudo que se consumia, havia um grande espaço para a produção local e venda de produtos orientados para as necessidades da massa pobre e trabalhadora. Assim, ao lado do segmento das casas estabelecidas, desenvolvia-se um amplo comércio nas ruas e praças, fixo e ambulante: verdureiros, peixeiros, fateiros, vendedoras de fruta, balas e doces, cozinheiras, “as mulheres do acarajé”. Comércio de pouco investimento que permitia a uma considerável parcela da população, sobretudo negra, viver e sobreviver (BACELAR, 2001,66)

A reforma adotada por Seabra, não era apenas física, material, envolvia também uma transformação moral. Significa dizer, a moralização das ruas, com a retirada principalmente das vendeiras de rua, taxadas como mal educadas, briguentas e desarrumadas. Anos antes

de Seabra se tornar governador, os jornais da época não pouparam esforços para disseminar uma campanha contra a permanência dessas mulheres nas ruas. Bom exemplo disso foi uma notícia publicada no jornal *Diário da Tarde* em 20 de agosto de 1910, em que se reclamava da presença de uma quitandeira instalada na Praça do Conselho, nas proximidades da pastelaria Novo Século. Segundo a notícia, a mulher com as suas mercadorias atrapalhava o trânsito dos pedestres.

Como forma de reprimir a permanência das ambulantes nas ruas, a Comissão de Posturas do Conselho Municipal publicou em 1912, um decreto em que condicionava a liberação de licença para o trabalho na rua, a uma autorização prévia dos maridos (se casadas); a medida não as impediu de trabalhar, visto que a maioria delas não oficializavam a união ou eram mães solteiras. A medida que provavelmente tivera efeito sobre elas, foi a que as impedia de trabalhar acompanhadas por seus filhos menores de 14 anos, algo que para elas era impossível. A medida mais coercitiva, a meu ver, foi a proibição que as impediam de colocar os tabuleiros estacionados em calçadas. Isso por que eram nesses locais onde se concentrava o maior trânsito de pessoas, conseqüentemente, maior número de vendas.

Não podendo cumprir as exigências feitas pela Prefeitura, muitas vendedoras, trabalhavam na clandestinidade, sem licença. Conforme relatórios emitidos pela Fiscalização Municipal, no período compreendido entre 1910 -1920 foram raros os pedidos de licença para funcionamento de comercio ambulante ¹⁴. A maioria delas diz respeito a licenças requeridas por comerciantes para ampliação do horário de funcionamento de seu comercio, ou por pessoas que desejavam montar barraca de bebidas, brinquedo e doces, no Largo do Bonfim, São Bento e Itapagipe no período do carnaval, ou durante o período das “festas de largo”. A única solicitação encontrada para venda ambulante foi feita por Manoel Araújo Góes, em 1908, que solicitava licença para venda de frutas e flores em tabuleiro no distrito de Nazaré ¹⁵

Inviabilizadas a obtenção das licenças, não foram raros os relatos de abandono de mercadorias. Bom exemplo disso foi o relatório escrito pelo Tenente interino da Guarda Municipal, em 1917 dirigindo-se à Fiscalização Municipal, explicando o destino das mesmas:

¹⁴ Ede Conceição Santos escreveu em 2005 a monografia intitulada “Conduzindo um balaio. O comercio ambulante de Salvador(1910-1920)”, que foi apresentada como trabalho final da Especialização do Ensino e Historia da Cultura afro-Brasileira, promovido pela APLB e Fundação Visconde de Cairu.

¹⁵ requerimento de licença de 27\03\1908. Arquivo Publico Municipal de Salvador apud Conceição Santos; 2005.

Diversos mercadores ambulantes de verdura, ovos, galinhas, peixe, etc..que encontrados negociando sem a devida licença e intimados pelos fiscais a virem ate a Seção efetuar o pagamento respectivo, não o fizeram abandonando as mercadorias as quais enviei para o Asilo de Mendicidade (Relatório da Fiscalização Municipal, n.49 de 1917 Arquivo publico Municipal

O abandono das mercadorias implicava na sua perda, ou seja, em prejuízo.Visto a situação de pobreza e dificuldade em que se encontravam essas mulheres, podemos supor que tal perda significava uma grande catástrofe nas suas vidas.

Outro entrave, que atrapalhou as vendedoras na rua foi o parecer de médicos e sanitaristas da época¹⁶ sobre tais alimentos. Para os sanitaristas e médicos da época tais mercadorias eram fontes de transmissão de doenças, pois eram contaminadas por micróbios, vírus e bactérias originarias do “suor do preto” (grifo meu).Quanto à qualidade das comidas, eles as condenavam por serem preparadas com as partes “não recomendáveis” (pés e vísceras) do boi que continham um teor exagerado de gorduras, além do excesso de condimentos.

O crescimento da cidade trouxe a expansão do comércio, e conseqüentemente o ordenamento dos espaços públicos com a construção de mercados e feiras livres. Com as restrições impostas pelo código sanitário, atividades tradicionais , como a venda de vísceras e fatos, em tabuleiros e gamelas foram proibidas, salvo quando cumpridas as exigências estabelecidas pela lei.No caso das vendedoras de comida, esse controle era complicado, visto que a sua permanência no negócio contava com o aval dos consumidores, inclusive, com pessoas de prestígio social. Com essas mudanças desapareceram muitos tipos de ambulantes, mas não as vendedoras de comidas que paulatinamente já haviam conquistado o paladar refinado de algumas pessoas da elite, e dos intelectuais que elogiavam publicamente. Tal fato foi noticiado pelo jornal A Tarde, em 11 de julho de1916. A reportagem denunciava que pessoas de descendência nobre estavam entre os consumidores dessas iguarias: “uma

¹⁶ Ferreira Filho (2003,106) cita como exemplo, a tese de doutorado de Octavio Torres Silva, em 1908 na qual ele traça um perfil das condições urbanísticas e sanitárias da cidade. O medico se deteve principalmente na qualidade de alimentos.Segundo o acadêmico entre lixos e buracos era comum encontrar “as tradicionais africanas com nojentos quibandas em abarracamentos, vendendo comidas”.Referindo-se às feiras publicas e mercados ele constatou que as condições do Mercado de Santa Bárbara, do Ouro, da Baixa dos Sapateiros, São João estavam instalados em locais impróprios, sem água potável, esgotamento sanitário, úmido, sem ventilação, além, que os comerciantes não demonstravam ter nenhum cuidado no armazenamento das mercadorias; Estando elas, espalhadas em cubículos ou nas calçadas expostas a ratos, baratas e outros insetos.

freguesia oculta de pessoal de categoria elevada, descendência nobre e estirpe dos engenhos, cujas aias sabiam os segredos desses quitutes” (A Tarde de 11 de julho de 1916 apud FERREIRA FILHO, 2003,108).

Isso justifica a ironia do folclorista Antonio Vianna, em 1920, quando escreveu que apesar das igrejas irem “mudando de lugar” para dar espaço para a modernização da cidade, as “pretas”, continuavam a exercer o seu comércio, melhor ainda, com direito a sucessão familiar “de mãe para filhas, de filhas a neta, vizinha, aquém quisesse tentar a vida no gênero”, isso porque era “o gosto”, e a feitura” que garantiam a permanência do negocio. “ A comida é boa ? Bem feita? Como as de Eva ? De Pompilia? De Vicencia? De Mãezinha? De Dóu? Vai adiante. Se não presta o pitéu despede-se sumariamente a intrusa” (VIANNA apud FERREIRA FILHO, 2003,111-12)

Joguem Benta para detrás do Mercado Modelo, para praia do Peixe, para Rua Manoel Vitorino, se quiserem. Os frequentadores irão à cata do caruru de cata-soés, do efó incomparável, do acarajé fofo a lembrar sonhos e pão-de-ló, do vatapá afamado, do abará macio, quase canjica. Quanta gente aprenderia a nadar se a Benta fosse localizada no Forte do Mar, para não se privar das delicias do seu tempero. (VIANNA,1950,19-20)

Embora na década de 1930, intelectuais importantes como Jorge Amado e Afrânio Peixoto se referissem às comidas de origem africanas como uma forma de afirmação da identidade cultural baiana, elas não faziam parte do cardápio oficial das famílias de classe média e alta. Por isso, consumi-las só nos mercados populares e nas ruas. Segundo Odorico Tavares, no ano de 1930 quando em visita a Salvador, o poeta Manoel Bandeira, para saborear pratos da culinária baiana, foi levado a “Casa de Pasto” no Mercado Modelo preparados por Eva quem ele chamou de: “Preta Eva, quase mágica Preta Eva. Uma grã mestra da culinária, senhora toda poderosa, quase fazendo manjares do céu, embora um céu negro, um céu afro-brasileiro” (TAVARES,1951,131). Após o almoço, para saborear a sobremesa, foi necessário se dirigir ao tabuleiro de Odília, em frente à alfândega. A falta de uma sobremesa na “casa de pasto” foi considerada um “ponto-fraco” do restaurante.

Nesse cenário, além das vendedoras de comidas, se destacavam também as mulheres que vendiam acarajé, denominadas de “preta do acarajé” ou baiana do acarajé. Vale lembrar,

que a venda do acarajé surge inicialmente vinculada ao candomblé, que incorporava a venda em tabuleiros e gamelas como uma estratégia de manutenção dos terreiros. Era através dessas vendas que as “filhas de santos” custeavam suas obrigações com o seu orixá. As mulheres que trabalhavam com a venda de acarajés, geralmente estavam vinculadas, aos orixás Xangô e Iansã. Ferreira Filho esclarece : “De acordo com o orixá, a atividade variava. Assim, as filhas de Iansã e Xangô vendiam acarajés; as de Ogum, vísceras de boi; as de Omolú, sarapatel e moqueca de peixe. Já Oxalufã, Oxaguiã e Oxalá prescreviam acaçá, o cuscuz, o mingau e a cocada branca..”(FERREIRA FILHO, 2003,47). Entretanto, não quer dizer que pessoas ligadas a outros orixás, ou até mesmo desvinculadas da religião não pudessem vendê-los.

Apesar de ser uma atividade de subsistência e de pouca rentabilidade, ela se caracterizava por ter um caráter sucessório, e ser passada de uma geração á outra, ou seja, de mãe para filhas e de filhas para neta. Isso porque, trabalhar como ganhadeira ou vendadeira era melhor que prestar serviços domésticos em casas de família, evocando de certo modo memórias dos tempos de escravidão e do trabalho na casa grande.

Dessa forma, as quituteiras se expandiram pela cidade. Odorico Tavares em 1951 fez referencia a presença delas no Terreiro de Jesus : “No Terreiro de Jesus, à tarde ou a noite, também se encontram “baianas” sentadas, às beiras dos passeios, com suas vestimentas próprias, sua higiene impecável, preparando seus quitutes, para transeuntes, para boêmios, altas horas da noite..”(TAVARES,1951,150). E elogiou os acarajés de Vitorina que vendia na Rua do Cabeça, em frente ao Bar Anjo, no Centro: ”Por cinquenta centavos, come-se esta maravilha com seu molho de pimenta” (ibdem TAVARES)

Essas mulheres, vestidas com trajes exóticos e com seus tabuleiros repletos de quitutes marcaram presença na cidade. Assim como os monumentos históricos, as quituteiras, as “baianas” passaram a ser um dos símbolos da cultura da Bahia¹⁷

¹⁷ Na tese de Ericivaldo Veiga de Jesus, intitulada de : “A cozinha baiana do restaurante escola do SENAC do Pelourinho-Bahia: mudança de contexto e atores”, publicada em 2002. No capítulo II: “Retratos da Bahia: a construção da Mística Baiana”, o autor explica como os poetas e escritores brasileiros contribuíram para que se criasse a imagem mística da Bahia, terra de encanto e felicidade. Segundo ele, no século XIX já se identificava em escritos de viajantes estrangeiros descrições que se referiram a Salvador como terra da alegria e da felicidade. Autores como Gregório de Matos, Castro Alves, Pierre Verger, Jorge Amado, Caymmi e outros ajudaram com suas obras a difundir a Bahia, destacando aspectos da culinária, da mestiçagem, da sexualidade, o candomblé e acima de tudo a simpatia do povo. Para ele as obras de Jorge Amado foram a principal responsável pela divulgação da Bahia: “O escritor Jorge Amado, através dos romances traduzidos para dezenas de idiomas que a Bahia se fez e se faz conhecida; Negros mestiços e brancos interagem dentro de conflitos e situações que sugerem integração. O baiano na Bahia de Amado é mais tolerante; o candomblé e suas divindades compartilham a vida com os humanos porque

Apesar de estarem inseridas num contexto de representação de uma Bahia mística, pouco se sabe a respeito do cotidiano dessas mulheres. Foi em 1977, com o trabalho das professoras da Universidade Federal da Bahia, Zahidê Machado Neto e Célia Braga, que pudemos saber mais informações sobre essa atividade na cidade. No trabalho intitulado de “*Bahianas de Acarajés: uma categoria ocupacional em redefinição*”, elas analisaram o desenvolvimento urbano de Salvador, e sua influencia na mudança de perfil das quituteiras (vendedoras de acarajés).

A pesquisa constatou que a venda do acarajé, atividade considerada tradicional, devido ao crescimento da cidade, deixou de ser um meio de vida ligados aos ritos e obrigações do candomblé, para se tornar uma atividade produtiva, atrativa principalmente para as mulheres mais pobres. Os dados da pesquisa foram coletados no período compreendido entre agosto de 1975 e agosto de 1976, a partir de informações fornecidas pelo Departamento de Folclore da Prefeitura de Salvador. Segundo registros, a cidade abrigava 166 baianas de acarajés, destas foram localizadas 147, sendo que algumas delas eram novas e não faziam parte da listagem inicial fornecida pela Prefeitura.

As autoras argumentaram, que a quantidade de vendedoras foi aumentada por conta de haver um grande numero de pessoas despreparadas, incapazes se enquadrar nos setores produtivos formais da economia. Segundo elas, a “incapacidade” de adaptação a esse modelo econômico, foi reflexo da falta de inserção da população à educação formal que a preparasse para enfrentar um novo mercado de trabalho. Nesse contexto, a mulher de classe pobre foi constrita a buscar na informalidade, no subemprego, ou desemprego disfarçado o sustento da sua família: “A mulher ingressa no mercado de trabalho, recrutada quase sempre por força “despreparado recurso de compensação à queda dos salários dos chefes de família”. Mas, vale observar que no mercado informal ela está imersa, quase sempre compelida pela simples vontade de sobreviver” (MACHADO NETO E BRAGA, 1977,5)

estes incorporados em forma de orixá, inuiques, voduns e caboclos. A Bahia é universal e os baianos são receptivos A cidade é colorida e sua mesa exótica está associada a sensualidade do seu povo.”(JESUS,2002,74). Referindo-se as quituteiras ele escreveu: “A comida de origem africana é tema e marca da Bahia. Nas receitas de como fazer um vatapá, um acarajé ou abará destaca-se, para além da festa do sentido gustativo, o empenho físico que a baiana vendedora emprega para produzir a iguaria. A baiana embora esgotada pelo trabalho, não deixa de, na hora de vender as comidas, tratar os clientes com sorrisos e o “dengo da baiana””. (IBDEM,, 75)

Além disso, o avanço tecnológico e o encarecimento do custo de vida obrigaram a classe média a reduzir o orçamento familiar, diminuindo assim, o volume da mão de obra doméstica empregada. Sem alternativa, algumas mulheres da classe popular recorreram à venda do acarajé como fonte de renda. Como resultado disso surgiram novos pontos de vendagem, alguns próximos aos pontos mais antigos, outros em bairros distantes do centro.

Vale lembrar, que os locais preferidos, eram os terminais de linha de ônibus, bairros residências densamente povoados, ou pontos de grande fluxo de pessoas. Até então, era o centro da cidade o local preferido pelas vendedoras, porque lá havia uma freguesia abundante e fiel. As baianas que estavam na parte baixa do Elevador Lacerda, por exemplo, tinham como clientes as pessoas que desciam e subiam o elevador, além da população que chegava de saveiros, vindos do interior. Já as vendedoras da Estação de trem da Calçada, tinham como freguesia certa os usuários dos trens. Também as baianas dos pontos turísticos não se preocupavam com a clientela, pois já tinham garantido a freguesia dos turistas que visitavam Salvador. Nesse período elas traziam os quitutes prontos de casa¹⁸, e por isso eles eram vendidos frios, expostos nos tabuleiros ao lado de amendoim cozido ou torrados, cocadas e bolinho. Geralmente elas não trabalhavam sozinhas, sempre estavam acompanhadas de um garoto ou de uma pessoa que a ajudava no trato com o cliente.

As pesquisadoras concluíram que o crescimento da rede de venda do acarajé estava levando a uma remodelação da atividade, tanto na fidelidade dos padrões de produção, quanto ao afastamento das obrigações religiosas do candomblé, inclusive, na preservação dos trajes típicos.

¹⁸ Hidelgarde Vianna no texto : “Breve notícia sobre a cozinha baiana” escrito em 1963, distingue a venda do acarajé da Cidade Alta, da Cidade Baixa. Segundo a autora na Cidade Baixa as vendedoras tinham a prática de trazer o acarajé já frito de casa, por isso ele era servido frio. Já as vendedoras da Cidade Alta além de fritá-los à vista dos clientes, os servia acompanhados de uma variedade de molhos (vatapá, camarão, pimentão, pimenta e de tomate).

VENDA DO ACARAJÉ - TRADIÇÃO E DISPUTA DE MERCADO

De 1977 a 2007, ou seja, num intervalo de 30 anos, a população oficial de vendedoras de acarajé cresceu de 166, para cerca de 2,7 mil, segundo dados da ABAM (Associação das Baianas de Acarajé, Mingau e Receptivo). Isso sem contar as não cadastradas, que na estimativa da associação é de aproximadamente 2,7 mil, somando um total de mais de 5 mil vendedoras. Considerando que o mercado do acarajé não se resume apenas aos tabuleiros, devemos contabilizar também as delicatessens, bares e points que atuam no setor. Conforme os dados divulgados pela Emtursa em fevereiro de 2000, publicado no jornal O Globo, no carnaval daquele ano, os lucros gerados pela venda do acarajé chegaram a seis milhões de reais. Outro dado foi o divulgado pela ABAM em 2005, pelo site da Agencia Baiana de Noticias, acerca do faturamento mensal da empresária Cira do acarajé. Segundo especulação da Associação, a empresária faturava mensalmente aproximadamente R\$ 150.000,00 com a venda do bolinho.

Noticias como essas, apesar de animadoras, infelizmente não refletem a realidade da maioria das vendedoras, pois a situação de Cira não simboliza a regra, e sim a exceção. Do outro lado da historia uma categoria que acuada pela concorrência, busca se manter no mercado, ora fazendo “promoções”, ora brigando entre si pelas diferenças religiosas e ora pegando carona com algum político na esperança de poder assegurar o mercado.

A única certeza que temos é que o mercado do acarajé é muito competitivo, e às vezes muito cruel, visto que grande parte das vendedoras arrecada ganhos limitados. Tal afirmação se baseia em depoimentos e observações colhidas no contato direto com as vendedoras. Nas áreas pesquisadas não encontramos nenhuma vendedora de acarajé que tivesse ganhos comparados aos de Cira ou Dinha (falecida recentemente). Uma das vendedoras que externou a sua insatisfação com a baixa rentabilidade do tabuleiro foi Reidalva, de 22 anos, que trabalha no Terreiro de Jesus. Segundo ela, o movimento de venda no período de baixa estação é no máximo de 30 peças de acarajés e abarás. Nesses períodos de pouco movimento o montante de um dia de trabalho é de R\$ 90.00, sendo que, deste valor, é necessário abater os custos com transporte e matéria prima.

Outra situação que retrata as dificuldades desse mercado é a da vendedora Cátia, de 42 anos, moradora da Praça da Sé, que vende nas proximidades da Praça Castro Alves. No período da pesquisa ela estava recém chegada no local, tinha apenas cinco meses. Segundo ela, foi o desemprego do marido e as necessidades das três filhas que a incentivaram a investir no tabuleiro. Ela declarou que sua venda diária às vezes era de 5 acarajés. Como o quitute custava R\$ 2,00 sua renda diária era de apenas R\$ 10,00. Na ocasião ela desabafou, dizendo que já estava a ponto de desistir de vender acarajé. E que nunca havia pensado que o acarajé pudesse dar tanto prejuízo.

Apesar das informações acerca do balanço diário das vendedoras não serem precisas e, portanto, incapazes de mostrar com fidedignidade o movimento financeiro da cada uma delas em particular, a pesquisa mostra que no mercado do acarajé existe uma acirrada concorrência. Por isso, para uma vendedora sobreviver é necessário, além da sorte, ter produto de qualidade e estar situada num local bem movimentado.

O inchamento do mercado de acarajé não é uma preocupação recente. Em 2001, o vereador, líder do PPB na Câmara de Salvador, Wanete Carvalho, elaborou um projeto que atrelava a venda do acarajé ou abará, à presença de uma vendedora uniformizada. Na opinião do vereador, essa atitude ajudaria a manter a tradição: “sem baiana vestida a caráter, a comercialização do acarajé em postos de gasolina, padarias, bares, restaurantes, shoppings center e lojas de conveniência está descaracterizando a cultura local” (FRANCISCO, Agencia Folha, 2001). Como punição, o projeto previa uma multa de 10 mil reais para os estabelecimentos que não cumprissem a lei. Na época, a proposta do vereador recebeu apoio da Federação Nacional do Culto Afro e das vendedoras de acarajé. Contrário a essa proposta estava o presidente da Federação do Comércio do Estado da Bahia, Néilson Dahia que encarou o fato como uma tentativa de reserva de mercado. Ele declarou: “o que os consumidores de acarajé querem é qualidade, higiene, satisfação e não uma reserva de mercado” (Ibdem).

Em 2002 a ABAM (que se chamava ABA - Associação das Baianas de Acarajé da Bahia) foi mais longe, e nas eleições daquele ano se propôs publicamente apoiar candidatos ao congresso que se comprometessem em restringir a comercialização do acarajé às tradicionais baianas, proibindo a sua venda por bares, restaurantes e qualquer outro tipo de estabelecimento. A então presidente da entidade, Clarice dos Anjos, reconheceu estar comprando uma briga quase impossível e declarou: “...é briga de gente grande porque são

políticos que também são donos dos restaurantes. Então, queremos uma lei que garanta que o acarajé só vai poder ser vendido da maneira tradicional, no tabuleiro da baiana”. Nessa mesma matéria, a vendedora de acarajé Margarida Souto, estabelecida há 45 anos no centro histórico, reclamava do baixo faturamento diário: “tem muita gente vendendo acarajé. Hoje se eu vendo R\$ 20,00 coloco as mão para os céus “ (CABRAL,2002).

A proposta da ABAM não foi ouvida, sequer cogitada. Entretanto, em 10 de dezembro de 2003, a Associação com o apoio do CEAO - Centro de Estudos Afro Orientais da Universidade Federal da Bahia, e do Terreiro Ilê Axé Opô, conseguiu que o ofício de “baiana de acarajé” fosse escrito no Livro de Registro dos Saberes, sendo considerado patrimônio cultural brasileiro. Isso significou uma vitória para a categoria, entretanto, não lhes garantiu uma reserva do mercado como desejavam. O assunto não parou por ai, em 17 de abril de 2004, no jornal A Tarde, coluna “Tempo Presente” foi publicada a seguinte nota:

As baianas de acarajés tradicionais estão revoltadas com a multiplicação dos pontos comerciais que vendem a iguaria tipicamente baiana sem atender ao ritual que envolve o processo. Reclamando da concorrência desleal, entendem que os novos points podem oferecer mordomias que ela não têm condições de proporcionar, como ambientes fechados, acomodações nas mesas. Pior: as vendedoras quase nunca estão vestidas a caráter. Além do medo de perder clientes, elas temem prejuízos à cultura baiana. (A Tarde, Local 17\04\2004)

Como desfecho da questão, em 5 de julho de 2005, num protocolo de intenções assinado entra a ABAM e SESP ficou estabelecido que seria exigido das vendedoras de acarajés a padronização do vestuário (uso de saia, bata e torço), e dos equipamentos (tamanho do tabuleiro e do ombrelone). Quanto aos estabelecimentos comerciais que vendiam a iguaria, a intenção da Secretaria era tentar persuadi-los a deixarem de comercializar o bolinho, mas caso continuassem no mercado, deveriam disponibilizar uma vendedora portando o traje típico.

As vendedoras de acarajé, além do desafio de enfrentar a concorrência dos bares, restaurantes e dos points, tiveram que lidar com uma situação nova que foi a presença dos homens na administração do tabuleiro. Não temos informações que apontem quando eles começaram a atuar, mas podemos dizer que, no início, o assunto foi tratado por estranheza por

muitos, principalmente pelo dirigente da Federação do Culto Afro Brasileiro¹⁹ que se recusou a fornecer o registro a Gregório dos Santos Bastos, que tem um ponto de venda em frente ao Shopping Barra. O assunto foi tratado em 1996 com perícia pela pesquisadora Jussara Argollo (ARGOLLO,1996) com o seguinte título: “Porque não o baiano?”. Nele, ela discutia a entrada dos homens nesse mercado, preconceitos e limitações enfrentadas por eles. Segundo ela, o que os impulsionou a venderem acarajé foi a diminuição de ofertas formais no mercado de trabalho, a necessidade de sustentar a família, e a possibilidade de lucros.

Um das barreiras enfrentadas pelos homens foi a recusa da Federação de Culto Afro Brasileiro em registrá-los, alegando que dentro do candomblé era inadmissível, visto que era trabalho de mulher. Uma das hipóteses levantadas por Argollo é que a decisão da Federação estivesse apoiada em fins econômicos, ou seja, estivesse criando uma reserva de mercado. Tal hipótese não foi comprovada, tampouco excluída, pelo fato do representante da entidade ter se recusado a comentar o assunto, visto que a alegação era de cunho religioso, não econômico. A pesquisa mostrou que tanto o público quanto as vendedoras aprovavam a presença dos homens no mercado, desde que eles produzissem produtos de qualidade e respeitassem as tradições. A restrição masculina era apenas uma atitude da Federação.

Na atualidade, a presença de homens por trás de tabuleiros não causa estranheza, muito menos polêmica, e segundo a ABAM, atual representante legal da categoria, não existe nenhum empecilho que dificulte o registro dos homens na Associação, ela é aberta para todos que queiram estar no mercado, desde que cumpram todas as determinações legais.

¹⁹ Em 1996 quando Jussara Argollo desenvolveu a pesquisa, a FeBACAB (Federação do Culto Afro Brasileiro) funcionava como sindicato para categoria, e por isso, era responsável em por representar as vendedoras de acarajé, junto a SESP.

AS (OS) EMPRESARIAS(OS) DO ACARAJÉ – DO ACARAJÉ DE GRIFE AO POINT, DELICATESSENS E RESTAURANTES

Não é difícil perceber em Salvador que a venda do acarajé é o responsável ainda pelo sustento de muitas famílias. Não se sabe quantos quitutes são vendidos diariamente, mas em 2005, segundo Rita Santos, então vice-presidente da ABAM, a estimativa foi que os quatro maiores quituteiros da Bahia(Cira, Dinha Regina e Gregório) vendiam cerca de dez mil unidades de acarajés por dia²⁰.

Isso mostra o quanto o comércio do acarajé é significativo para economia de Salvador. Por causa das boas perspectivas de lucro, o mercado de venda do acarajé se expandiu, e ultrapassou as fronteiras dos tabuleiros das baianas tradicionais. A iguaria passou a ser comercializada por bares, restaurantes e delicatessen. Surgiram também, os chamados “points”, casas que se dizem “especializadas” no preparo da iguaria.

No início a venda do acarajé por bares e delicatessen, foi motivo de contestação por parte das baianas tradicionais. Em 2004, segundo nota publicada no Jornal A Tarde, as baianas alegavam que esse tipo de concorrência era desleal, e poderia trazer prejuízos para cultura baiana: A nota intitulada “Acarajé Produzido” dizia:

As baianas de acarajé tradicionais estão revoltadas com a multiplicação dos pontos comerciais que vendem a iguaria tipicamente baiana sem atender ao ritual que envolve o processo. Reclamando da concorrência desleal, entendem que os novos points podem oferecer mordomias que elas não têm condições de proporcionar, como ambientes fechados, acomodações e atendimento nas mesas. Pior: as vendedoras quase nunca estão vestidas a caráter. Além do medo de perder clientes, elas temem prejuízo à cultura baiana. (jornal A Tarde, coluna Tempo Presente, publicada em 17\04\2004)

²⁰ Segundo a matéria de Nadia de Jesus, publicada pelo site da Agência Baiana de Notícia em 2005, a venda do acarajé em Salvador, consegue superar a venda diária do “Big Mac, o sanduíche mais vendido do mundo. De acordo com Marcos Amaral, gerente de mercado do Mc Donald’s, Salvador vendia diariamente apenas 450 unidades do sanduíche. (notícia retirada do site : <http://www.agenciabaiana.com>, publicada em 12\10\2005)

Apesar dos protestos das baianas tradicionais, os points e delicatessens continuaram atuando no mercado. Única exigência feita pela Prefeitura é que as vendedoras estivessem trajadas com roupas típicas. Um dos locais que comercializavam acarajé era o “Point do Acarajé” localizado no bairro do Canela. Apesar do nome o espaço é um restaurante que tem como especialidade a comida baiana. Segundo informações divulgadas no seu próprio site, o primeiro restaurante foi inaugurado em abril de 1997 por Edmilton da Cruz Ribeiro. Dois anos depois, em 1999, foram inauguradas duas filiais; uma no parque aquático Wet’n Wild na Avenida Paralela, outra na Barra. Segundo ele, as três lojas rendiam cerca de 50 mil reais por mês, e empregavam em torno de 27 pessoas.

As lojas ofereciam um serviço diferenciado de entrega em domicílio, o “disk acarajé” (que posteriormente foi denominado de “Point do Acarajé Delivere”), que recebia pedidos pelo telefone e pela Internet. Essa modalidade de serviço, como declarou o empresário, não era lucrativa visto que representava apenas 3% do faturamento total da empresa. Como estratégia de marketing, por três anos consecutivos (2001, 2002 e 2003) a empresa promoveu uma campanha intitulada de: “Acarajé Solidário” que arrecadou agasalho e alimentos para serem doados a instituições filantrópicas. Apesar do marketing, hoje em dia funciona apenas o “Point” localizado no bairro do Canela. Além de ser um bar e restaurante, o espaço é também uma galeria de arte. Outra casa que comercializa acarajé é a “Central do Acarajé”, localizada na Avenida Carlos Gomes, no centro de Salvador. Apesar do nome, o espaço é um restaurante que serve comida a quilo e o prato feito (pf). Nela, entretanto, se pode encontrar acarajé a qualquer hora do dia, a qualquer dia da semana. O restaurante é propriedade da chinesa Liang Xiao Yingé, que mora na Bahia há mais de dez anos.

Segundo o Jornal da Facom (da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, matéria de Sidnei Matos), ela assumiu o empreendimento no ano de 2004, que até então, pertencia a um brasileiro. A escolha do acarajé como marketing do seu restaurante, foi por causa da aceitação do produto entre a população: “No Rio de Janeiro os cariocas gostam muito de pastel, aqui é o acarajé”, ressaltou a comerciante. Apesar de Liang ser a responsável pela confecção da iguaria, ela afirmou nada saber sobre a estória do bolinho, mas, tem a certeza que o seu consumo é garantido, ou seja, é lucro certo.

A segunda loja também chamada de “Central do Acarajé” fica localizada na Avenida Sete de Setembro, próximo as Mercês. Segundo a mesma reportagem acima citada, assim

como seu homônimo, esse espaço é um restaurante de comida a peso, e nos finais de tarde, oferece como lanche, acarajés.

ACARAJÉS DE “GRIFE”

Segundo Aurélio Buarque de Holanda, a palavra grife ou griffe, é um termo originário da área de marketing que significa: “marca comercial de produtos ou de linhas de produtos sofisticados, usada com o nome de pessoa famosa”. Em Salvador alguns acarajés também se tornaram produto de grife. Os bolinhos de grife mais conhecidos são: “Acarajé do Gregório”, localizado na entrada do Shopping Barra, “Acarajé da Cira”, “Acarajé da Dinha” e “Acarajé da Regina” todos no bairro do Rio Vermelho e a mais recente “Acarajé da Loira”, no Horto Florestal em Brotas, são considerados produtos autênticos e de qualidade, que servem de referência em certas ocasiões, como representação da cultura local baiana, dentro e fora do Brasil.

Os empresários do acarajé dispõem de uma infra-estrutura montada com capacidade para produzir em grande escala. Além de uma cozinha industrial, existe uma equipe de funcionários voltados para confecção das iguarias. Nesse contexto o dono da marca, é o administrador, e algumas vezes ele está presente em contato com o público durante a comercialização. Sua presença atrás do tabuleiro é um marketing necessário para reativar a memória dos consumidores em relação à identidade daquele produto.

No livro de crônicas “O trancelim da baiana” (2002) de Tasso Franco, publicado em 2002, o autor descreveu de forma um tanto poética a rotina de trabalho de Dinha do acarajé. Segundo ele, era ela que orientava o trato com o feijão, selecionava os produtos, negociava com os fornecedores e cuidava pessoalmente das finanças

Esse é um bom exemplo, do modo como as empresárias do acarajé administram seus empreendimentos. Para Tânia Dias a relação de trabalho entre a baiana de acarajé, e seus colaboradores é singular, porque foge do modelo formal e traz como referência a formação familiar. (DIAS, 1996, 29):

A empresa de acarajé é na realidade uma estrutura lucrativa, geradora de renda e de agregação familiar, o que suscita dos seus membros, patrões e empregados, um forte sentimento de participar e pertencer, favorecendo a construção de um ideal coletivo, o que nos leva a afirmar que a “baiana” consegue ser o elemento motivador para o trabalho de equipe, e o desenvolvimento individual dos que a ele se agregam..”(DIAS, 1996,29)

Acredito que este modo de organização e gerenciamento, percebido pela autora se restrinja às pequenas vendedoras de acarajé, pois constatei que as empresárias do acarajé mantêm com seus colaboradores uma relação de prestação de serviços estabelecida nas normas da lei, ou seja, eles são contratados com carteira assinada. Nesse contexto é duvidoso fazer referencia a “ideal coletivo” e “desenvolvimento individual”, visto que existe uma relação de trabalho institucionalizada. Só para ilustrar, cito como referencia a frase que ouvi de uma das funcionárias de Cira do acarajé, no Rio Vermelho, quando uma turista euforicamente pediu para pegar um camarão na panela: “A senhora quer me desempregar? Se a mulher ai vê, eu tô na rua.”.

Quanto à administração das finanças é comum que pessoas (filhos, sobrinhos, irmãos) com laços próximos de parentesco estejam à frente do negócio controlando todo o movimento de vendas. Para facilitar esse controle, otimizar o atendimento, e também uma questão de higiene adotou-se um sistema, onde o dinheiro é trocado por fichas coloridas, cada uma delas com cores distintas equivalem a um produto: acarajé com camarão - ficha vermelha, acarajé sem camarão – ficha azul, bolinho de estudante - ficha amarela etc. Constatei que esse sistema é adotado por todo tabuleiro (de grife ou não) que tem um fluxo considerável de clientes.

Conseqüentemente, a estrutura montada para gerar um produto de grife com grande demanda de mercado tem um custo, e isso, reflete no produto final. O preço do acarajé de grife, é alto. Ele, completo, custa em média R\$ 3,50. Comparando o preço desses acarajés com os demais, pode-se constatar que a diferença entre eles, em alguns casos, chega a 250 %; por exemplo, um acarajé completo com camarão, no Centro da cidade, pode ser comprado por R\$ 1,00, enquanto em Cira de acarajé no Largo da Mariquita, no Rio Vermelho custa R\$ 3,50.

Contudo, vale ressaltar, que o valor elevado da iguaria, não assusta nem afasta os clientes, prova disso é a imensa fila que se forma, diariamente, de pessoas à espera da iguaria. Recentemente, enquanto aguardava na fila à espera do acarajé quentinho, escutei o

comentário de uma turista que aguardava ansiosa pelo quitute. Ela disse que só de pensar naquela delícia frita no dendê e nos imensos camarões dava “água na boca”.

A grife segundo a análise feita por Márcia Rios no seu artigo “Quem botou grife no meu acarajé ? Uma reflexão sobre identidade nacional”, publicada em 1999, é uma estratégia de visibilidade adotada pelas baianas de acarajés “que renova prestígio desse prato da chamada culinária baiana, reinando como signo de identidade local desse cadinho do Ocidente que é “promessa de felicidade” e curtição e desejos- a Bahia(RIOS,1999,45). Ela destaca que alguns sites ou baianas de acarajés se auto - elegem capazes de representar a cultura baiana, num mundo globalizado.

Na minha opinião, a grife talvez atenda ao desejo das elites (até da classe média) em consumir um prato “identitário” servido nos moldes tradicionais, porém referendado como “o melhor”, “mais autêntico”, o mais caro, e o mais renomado produto do gênero. Quanto ao investimento, me refiro à publicidade em jornais e revistas de veiculação nacional. Nelas, essas empresárias (empresários) são consideradas produtoras dos mais saborosos acarajés, por isso, servem como referência de qualidade para aqueles que visitam a cidade.

DINHA DO ACARAJÉ

A história de Dinha foi semelhante a de tantas outras quituteiras da cidade. Nascida em 20 de maio de 1951 e falecida em 17 de maio 2008, Lindinalva de Assis começou a vender acarajé, com sete anos de idade ao lado de Dona Ubaldina de Assis, sua avó. Em 1961, com apenas 10 anos, por causa da doença da avó ela teve que assumir sozinha o tabuleiro. Até o ano de 1995 a quituteira residiu no bairro do Engenho Velho da Federação, numa casa bem modesta. Com os lucros gerados com a iguaria ela mudou de bairro e foi morar no Rio Vermelho. Dinha declarou que com o tabuleiro já chegou a sustentar 46 pessoas

Ela reconheceu que o sucesso do seu acarajé, além do sabor, foi em grande parte por causa da sua amizade com pessoas famosas como: o ex. jogador de futebol Sócrates, Dr. Diocleciano, Wilson Lins, Jorge Amado e principalmente, Nizan Guanais, que fizeram publicidade do seu produto. Em 1998, Dinha protagonizou uma das mais famosas disputas de

território com outra quituteira famosa, Regina. A celeuma entre as duas baianas aconteceu quando Regina, que comercializava apenas no bairro da Graça, decidiu expandir seus negócios para o Rio Vermelho, próximo ao tabuleiro de Dinha que inconformada com a concorrência protestou, reivindicando sua senioridade no local. Depois de muita polemica e manchetes nos jornais, a “guerra das baianas” foi resolvida com a partilha do espaço, e as duas empresárias passaram a conviver no mesmo bairro cada qual com a sua clientela.

Mesmo antes ao seu falecimento, quem estava à frente do tabuleiro era sua filha, Claudia Assis de 39 anos, formada em Ciências Contábeis pela Faculdade Visconde de Cairu. A matriarca se dedicava à aquisição das matérias-primas junto aos fornecedores e administração do seu restaurante, a “Casa da Dinha” no Rio Vermelho.

CIRA DO ACARJÉ

Jaciara de Jesus Santos, a Cira, conta que começou a vender acarajé há quase 40 anos, no bairro de Itapuã, em um tabuleiro herdado da sua mãe, D.Odete, que faleceu quando ela tinha apenas 17 anos. De herança recebeu o “ponto” de venda, uma panela pequena e um fogão de abanar. Foi assim que entrou para o ramo do acarajé. Segundo ela, devido ao seu jeito reservado, não pode contar com a ajuda de pessoas famosas para a divulgação dos seus quitutes. O seu marketing foi construído através do “boca a boca”, só mais tarde vieram os jornais, revistas e tvs. Hoje é vasta a sua clientela de famosos, dentre eles podemos citar: os cantores Jorge Aragão, Bell Marques (da banda Chiclete com Banana) e Tatau (ex Araketo), a cantora Daniela Mercury, as atrizes Camila Pitanga, Juliana Paes e Regina Casé, e o pugilista Popó.

Atualmente, sua equipe de trabalho é composta de cerca de 30 pessoas, dentre elas seus cinco filhos. A filha Jussara é quem gerencia o ponto do bairro do Rio Vermelho. Há aproximadamente dois anos a empresária abriu um outro “ponto” no município de Lauro de Freitas, próximo ao Hospital Aeroporto. Este é administrado pela neta Aline.

De acordo com a reportagem, apesar de dispor de tantos funcionários, era ela quem ia à feira escolher os ingredientes que seriam usados na confecção dos quitutes, pois não queria

correr o risco de adquirir mercadoria de baixa qualidade. Segundo Seu Manoel, inventor das máquinas que processam feijão para acarajé, Cira adquiriu em suas mãos cinco máquinas: dois moinhos, uma bateadeira, dois motores e uma cozinhadeira de vatapá e caruru. Na sua opinião, no momento, é ela quem tem a melhor cozinha e maquinário do ramo em Salvador.

Segundo matéria publicada pela Agencia Baiana de Notícias, especulou-se que em 2005 o faturamento de Cira com o tabuleiro, incluindo acarajé e outros produtos, teria chegado a uma média mensal de R\$150 mil. Além disso, por vários anos consecutivos seu acarajé foi eleito pela revista Veja, como o melhor da cidade. A fama da baiana não pára de crescer, tanto que o Ministério Público do Estado da Bahia lançou no ano de 2003, uma cartilha aonde Cira é a protagonista da estória. A cartilha “Cidadania no dia-a-dia” traz “Cida Cidadã” uma baiana bem informada que dá aos seus clientes aula de cidadania. No seu entorno, pessoas de vários níveis sociais aprendem lições, através de uma das mais famosas e bem sucedidas, baianas do acarajé na Bahia.

Recentemente o jornal A Tarde promoveu através da Internet a escolha do melhor acarajé de Salvador, dos 474 votos, 40% apontaram o acarajé de Cira como o melhor da cidade. O site foi aberto para votação do dia 5 de abril às 11:00 horas até o dia 12 do mesmo mês, às 13:00.

AS VENDEDORAS E VENDEDORES DE ACARAJÉ NA ATUALIDADE: PERFIL SOCIO ECONOMICO DOS HOMENS E MULHERES QUE COMERCIALIZAM ACARAJÉ NAS RUAS DO CENTRO E NA ORLA MARITIMA DE SALVADOR NA ATUALIDADE

A tarefa a qual nos propomos é conhecer a situação econômica e social das vendedoras de acarajé que se encontram no Centro Histórico, e parte da orla marítima da cidade de Salvador. Chamamos atenção para o fato que essa população não pode ser inserida no mesmo contexto social e econômico das vendedoras (também vendedores) divulgadas pela mídia como empresárias e empresários de sucesso, como Dinha, Cira, Regina e Gregório. Desde já alertamos que as diferenças entre os empresários do ramo e os pequenos vendedores, se exprimem desde a forma de preparação da massa até nos contratos formais de trabalho com os colaboradores.

A população de baianas estudada concentra-se nas áreas do centro da cidade (Campo Grande ao Comércio) e da orla marítima, delimitada entre as praias do Porto da Barra e Itapuã. A escolha do centro se justifica, pelo fato, de ser um local onde diariamente circula uma grande quantidade de pessoas , por ser uma área de concentração de vendedoras de acarajés. A região da orla marítima foi inclusa, porque lá estão instaladas dezenas de baianas.Os dados com as quais trabalhamos foram coletados entre junho e dezembro de 2006, através de questionários.

A primeira parte da pesquisa consistiu na localização e mapeamento das vendedoras. No centro (Av. Sete de Setembro(Campo Grande) até o Pelourinho, Politeama, Av. Joana Angélica , Mouraria, Comércio, incluindo Estação da Lapa e Largo Dois de Julho) sinalizamos a presença de 61 vendedores das quais, 44 se dispuseram a participar da pesquisa e 16 se recusaram, e 1 não foi mais encontrada no local. Assim, conseguimos cerca 72.13% dessa população (homens e mulheres)

Na orla marítima, no entanto, localizamos apenas 10, sendo que destas, 2 não tiveram interesse na pesquisa, . Isso significa que abrangemos 80% das vendedoras presentes, no local. Queremos esclarecer que o numero reduzido de vendedoras da orla tem duas explicações plausíveis: primeira pelo fato da pesquisa ter sido feita durante os meses de junho

e julho, período chuvoso, frio e de pouca frequência nas praias; segundo é que após a reestruturação da orla marítima feita pela Prefeitura Municipal, muitas barracas de praia deixaram de funcionar, ou funcionavam em condições precárias, afastando das praias muitos frequentadores, diminuindo assim a clientela das baianas de acarajés. Nesses locais ouvimos inúmeros desabafos das vendedoras, dentre ele o de Dona Mercês, uma simpática senhora de 60 anos, moradora da Boca do Rio, que vende na praia do Jardim de Alá há 45 anos. Ela declarou que agora as coisas estavam mais difíceis, pois aumentaram as disputas entre ela e os barraqueiros. Segundo ela, a fato de sua filha oferecer acarajé de mesa em mesa nas barracas, desagradou os barraqueiros pois, muitas vezes, os clientes trocam o tira-gosto da barraca pelo acarajé. Outra a desabafar foi Dona Neuza Maria de 50 anos, vendedora na Praia do Corsário: “tem dias, minha filha, que não vendo nada porque estão tirando barracas, então não tem muito cliente, o movimento caiu”

O questionário aplicado continha 23 perguntas, que abrangiam aspectos econômicos e sociais da vida das entrevistadas, assim como, particularidades a respeito da fabricação, venda e do consumo de acarajé. Após o primeiro contato com os informantes, percebemos que a maneira mais prática de aplicar o questionário seria que eu mesma lesse as perguntas, e transcrevesse as respostas. Essa escolha metodológica foi bastante proveitosa, pois permitiu otimizar o tempo de aplicação dos mesmos, assim como diminuir o tempo de interferência na rotina das pesquisadas. Na área do centro para aplicação do questionário foram necessários cerca de trinta dias, pois a média diária era de três ao dia.

VENDEDORES DO CENTRO

Descrevemos então os resultados da pesquisa no Centro. Apesar de existirem homens que trabalham na venda do acarajé, esta ainda é uma atividade predominantemente feminina. No Centro, 40 vendedoras são mulheres e apenas 4 homens, ou seja, as mulheres representam 91 % e os homens apenas 9 % .A faixa etária é muito variável, encontramos mulheres de 20 até 80 anos, sendo que a maior concentração estava entre 21 e 50 anos, com grau de escolaridade variando entre ensino fundamental e médio. Entre os homens, 3 estavam entre a faixa etária de 41 e 50 anos, e 1 na faixa entre 51 e 60 anos.

Quanto ao estado civil, entre as mulheres, 20 se declararam casadas (nesse caso, o conceito de casada é baseado numa visão consuetudinária); 14 solteiras, 1 separada, 1 noiva, 03 viúvas. Em um caso eu interpretei que a entrevistada não conseguia se encaixar em nenhuma das categorias, porque ela poderia ter um relacionamento com um homem casado, sendo considerada a amante. Entre os homens 3 são casados e 1 solteiro. Comparando os números temos:

Mulheres

Estado civil	Quantidade	%
Casada	20	50
Solteira	14	35
Separada	01	2,5
Noiva	01	2,5
Viúva	03	7,5
Outro	01	2,5
Total	40	100%

Homens

Estado civil	Quantidade	%
Casado	03	75
Solteiro	01	25
Total	04	100

Fonte: Pesquisa de campo

Quanto ao numero de filhos a situação observada entre homens e mulheres foi a seguinte:

Mulheres

Situação	Quantidade	%
Sem filhos	11	27,5
1 filho	12	30
2 filhos	07	17,5
3 filhos	06	15
Entre 4 e 7	04	10
Total	40	100%

Homens

Situação	Quantidade	%
Filho	01	25
Entre 4 e 7 filhos	03	75
Total	04	100%

Fonte: Pesquisa de campo

O resultado encontrado entre o grupo das mulheres nos causou surpresa, pois, diferente do que imaginava, o percentual de mulheres sem filhos 27,5%, quase se iguala ao de mulheres com apenas 1 filho, que é de 30%. Os números demonstram que apesar da categoria de vendedoras de acarajé ser composta por mulheres com poucos anos de escolaridade (esse item será tratado brevemente no texto), houve um decréscimo na taxa de natalidade.

Entre os homens, como mostra a tabela o numero de filhos é variável, entre 1 e 7. Nessa categoria Ederaldo Santos, 44 anos, que vende no Campo Grande, próximo à parada de ônibus é quem tem o maior numero de filhos, 7 e a família com maior quantidade de pessoas, 13; todas sustentadas pelo tabuleiro. Ele mora na Gamboa de Baixo, e trabalha no tabuleiro (de domingo a domingo) juntamente com a esposa. Segundo ele, consegue vender diariamente cerca de 150 acarajés e 80 abarás, além de cocadas e refrigerantes. Para ele, vender acarajé é uma atividade que pode ser garantia de ocupação futura para seus filhos, por isso, quando perguntado se desejava que os filhos continuassem na profissão Ederaldo respondeu: “Gostaria sim, porque emprego tá muito difícil” (entrevista concedida em abril de 2007)

O acarajé demonstrou ser para 70% das vendedoras a única fonte de renda da família. Somente 30%, podem contar com outra fonte de renda vinda de outros membros da família que trabalham(grande parte no setor de prestação de serviços) ou recebem benefício do INSS. Como atividades foram citados trabalhos na área da construção civil, como pedreiro, ajudante de pedreiro, ou como mestre de obra; como cozinheiro ou ajudante de cozinha; na venda de cosméticos(AVON, Natura); auxiliar de limpeza; no jogo do bicho, como fazedor de aposta; eletricitista e em empresa gráfica.

No caso dos homens, a metade deles trabalha somente da venda do acarajé, a outra parte divide o seu tempo entre o tabuleiro e outra atividade. Três desses vendedores trabalham auxiliado por uma baiana (devidamente trajada), que os substitui quando necessário. Luiz Conceição dos Santos de 47 anos, que tem um tabuleiro no bairro da Mouraria, é um dos que exercem duas atividades. Durante as manhãs ele é funcionário público e trabalha o IPAC como marceneiro, às tardes ele trabalha no tabuleiro. Luis justifica a dupla jornada de trabalho, pelo fato de ganhar apenas um salário mínimo, por isso precisa complementar sua renda: “vendo acarajé porque preciso complementar minha renda mensal...acordo todos os dias 4 horas da manhã para preparar minha mercadoria e poder cumprir o meu horário no IPAC, pois faço questão de não faltar e preservar meu emprego de 26 anos” (LUIZ, entrevista concedida em dezembro de 2005).

Grande parte das vendedoras reside em bairros distantes, longe do Centro: São Caetano, Jardim Nova Esperança, Castelo Branco, Paripe, Águas Claras, Novo Horizonte, Santa Cruz etc, todos, bairros populares. Aquelas que moram no Centro ou próximo citaram os bairros da Mouraria, Largo Dois de Julho, Gamboa, Pelourinho, Tororó, Praça de Sé e

Saúde, como local de residência. Calculando em números temos por volta de 72,5% da população entrevistada residindo em bairros distantes, enquanto 27,5% em bairros próximos ao local do trabalho.

O meio de transporte utilizado pela vendedora para se deslocar da sua residência até o local de trabalho é influenciado por dois fatores: primeiro a situação financeira, segundo, a distância. A tabela é a seguinte entre as mulheres:

Meio de transporte	Quantidade	%
Utiliza o ônibus	13	32.5
Utiliza o ônibus,mas guarda as mercadorias próximo ao ponto de venda	08	20
Paga a um motorista	08	20
Carregador (carrinho de mão)	03	20
Tem carro próprio (família)	03	7.5
Total	40	100

Entre os homens:

Meio de transporte	Quantidade	%
Tem carro próprio	01	25
Paga a um motorista	01	25
Carregador(carrinho de mão)	02	50
Total	04	100

Fonte:Pesquisa de campo

No grupo feminino dentre as usuárias de transporte coletivo²¹, podemos fazer a seguinte divisão: aquelas que transportam diariamente todos apetrechos de ônibus (inclusive tableiro), e as que trazem no ônibus apenas o balaio com os alimentos. Fazemos essa distinção pelo fato de que essas vendedoras além dos custos habituais, devem desembolsar mensalmente um valor para pagamento do deposito em que guardam as mercadorias. Dona

²¹ Encontrei duas vendedoras que apesar de utilizar o transporte coletivo para chegar ao local de trabalho, não precisavam transportar nenhuma mercadoria ou móvel, pois dispunham de um espaço onde também funciona cozinha. A primeira vendedora trabalhava no “Abará Mania” localizado em frente ao Shopping Orixás Center. Elenita de 45 anos, moradora do bairro de Novo Horizonte trabalhava no local há três anos, mas não era a dona do “ponto” e recebia um salário, mas não comentou se era carteira assinada.Segundo ela, os instrumentos eram transportados diariamente pelo dono do ponto, enquanto a massa do acarajé era feita numa cozinha no Shopping.Outra baiana em situação semelhante é de Dona Maria José, de 53 anos, moradora do Alto do Cabrito,mas seu tableiro fica localizado na Rua do Rosário. Ela aluga uma sala nas proximidades aonde guarda todos os materiais e lá mesmo prepara alguns alimentos, no entanto, em casa. com ajuda de quatro pessoas faz o trabalho mais pesado (catar, lavar e tirar a casca do feijão e catar o camarão).

Cleonice Pereira é uma das vendedoras que guarda o tabuleiro num depósito na região, e diariamente utiliza o transporte coletivo. Ela conta a dificuldade diária que enfrenta:

Estou nesse ponto a 18 anos, eu vim pra cá por que uma vizinha que me indicou. Ai eu vim falei com o dono da loja, ele me autorizou...eu trago a cesta e as panelas com ajuda de dois rapazes que vêm de ônibus junto comigo , pois não tenho condição de carregar tanto peso...continuo na atividade porque não tenho outra opção de trabalho. Vender acarajé pra mim é um trabalho e não mais uma tradição. Quero me aposentar quando tiver 60 anos, mas sei que vai ser difícil pois o INSS...olhe, tenho artrose e é por causa da mexida da panela, a fumaça e o calor é terrível

Ainda no grupo das que moram distantes do local de trabalho para, 3 vendedoras a família tem carro próprio para transportar o material, e 8 utilizam táxi, ou contratam algum vizinho para fazer o transporte. Nesse caso, o valor do serviço é pré-fixado e pode ser pago por dia, semana ou por mês. Já entre as vendedoras que moram nas proximidades o transporte é feito no carrinho de mão, ou utilizam os serviços de um carregador, que transporta o material apoiado na cabeça, tal qual os carregadores dos “cantos” do século XIX. Quanto aos homens, ficou constatado que eles não utilizam o transporte coletivo, visto que dentre os pesquisados que moram distante, 1 tem veículo próprio e 1 paga transporte . Os outros 2, por morarem próximos ao local de trabalho , transportam o material com auxílio de um carrinho de mão ou pagam um carregador. Dentre eles estão Ederaldo Santos morador da Gamboa de Baixo, e Luis Conceição morador da Mouraria. A diferença entre os dois é que Ederaldo transporta o material.no carrinho sozinho ou com ajuda dos filhos maiores, e Luiz, no entanto, conta com a ajuda de dois rapazes para fazer o transporte.

O tempo de permanência das vendedoras no “ponto” encontrado foi muito variável, por isso para facilitar a tabulação dos dados adotei uma escala de permanência da seguinte forma: vendedoras com menos de dez anos no local, entre dez e dezenove anos, entre vinte e vinte e nove, e há mais de vinte e nove anos. Os dados foram os seguintes:

Mulheres

Tempo de ocupação do espaço	Nº de vendedoras	%
Menos de 10 anos	12	30
10 à 19 anos	14	35
20 à 29 anos	07	17,5
30 anos em diante	07	17,5
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Nesse universo a vendedora com menos tempo de permanência foi Fabiana Soares de 22 anos, estabelecida nas proximidades do Mercado Modelo (de frente para Baía de Todos os Santos), na época, com apenas três meses. Apesar ter uma filha, morar com a mãe e mais três irmãs, e uma delas trabalhar fazendo aposta no jogo do bicho, ela afirmou que não tem necessidade de estar trabalhando como vendedora de acarajé. Mas foi firme em dizer: “Não quero que minha filha siga essa profissão. É uma profissão muito desvalorizada” (Fabiana.)

Em contrapartida, também foi no Mercado Modelo que encontramos um dos “pontos” mais antigos. Este, no entanto, fica localizado bem na entrada do Mercado. Segundo Joselita de Jesus de 32 anos, moradora do bairro de Pero Vaz, o tabuleiro pertence a sua família há aproximadamente 50 anos, era da sua avó, que transferiu para sua mãe, que passou para suas mãos há sete anos. Apesar do tabuleiro pertencer a sua família por meio século, ela não deseja que seu descendente continue a perpetuar a tradição de família. Ela declarou: “continuar no tabuleiro, só mesmo se ele não tiver outra opção, nesse caso, sim. É melhor que ficar desempregada” O outro “ponto” com o mesmo tempo de existência, fica localizado no Terreiro de Jesus. Este atualmente está sob a responsabilidade de Sueli Pereira de 45 anos, e sua filha adolescente, Suelen de apenas 16 anos. Segundo Sueli, ela representa a terceira geração que administra o tabuleiro, pois ele pertencia a sua avó, depois a sua mãe e agora a ela, que já está treinando a filha para função. Ela trabalha no local há cerca de 25 anos. Apesar de ter ensinado a filha a fazer a iguaria, ela prefere que a adolescente continue a estudar e faça uma faculdade, pois o tabuleiro apesar de ser tradição de família, é uma segunda opção de futuro. Sueli não está sozinha no seu modo de pensar, pois, a pesquisa nos mostra que 70% das vendedoras compartilham da opinião. No grupo masculino todos os 4 pesquisados não desejam que suas proles trabalhem num tabuleiro de acarajé.

Analisando o tempo de entrada dos homens no mercado do acarajé, constatamos que todos os membros do grupo pesquisado têm menos de dezenove anos no “ponto”. Sendo assim, o maior tempo encontrado foi 14 anos, e o menor, 3 meses. O menor tempo pertence a José Carlos de 50 anos, morador do Jardim Nove Esperança. José Carlos nos conta que o acarajé para ele é uma segunda fonte de renda, pois tem outra ocupação, e por isso, boa parte do tempo entrega o tabuleiro a uma funcionária contratada. Entretanto, ele fez questão de frisar que participa de todo processo de produção (do comprar dos ingredientes até o preparo da massa), inclusive ele a confecciona, pois aprendeu com a tia. Ele salientou também que todos os dias se faz presente no “ponto” ajudando a vendedora, e muitas vezes na falta dela assumindo o tabuleiro.

Apesar da expansão e do marketing que envolve o quitute, constatamos que 72.5% das vendedoras disseram que vender acarajé é uma tradição de família, pois a sua mãe ou avó já vendia antes delas, isso demonstrou que podemos considerar uma atividade pautada na tradição. Os 27,5% disseram estar no ramo há pouco tempo, motivadas pela possibilidade de ganhar dinheiro. Entretanto, no item referente à motivação de hoje estarem atuando na atividade, obtivemos os seguintes números:

Mulheres

Motivação	n°	%
Necessidade	32	80
Necessidade\Religião	04	10
Porque gosta	03	7,5
É tradição de família	01	2,5
Total	40	100 %

Homens

Motivação	n°	%
Necessidade	02	50
Porque gosta	02	50
Total	04	100 %

Fonte : Pesquisa de campo

Dentre os que declararam estar na atividade por prazer está Carlos Arruda, de 45 anos. O “Acarajé do Arruda” está localizado em frente ao Mercado do Ouro, no bairro do Comércio. Ele declarou:

Eu aprendi fazer acarajé com minha esposa, mas a irmã dela já vendia. Eu adorava ver fazer acarajé, por isso, fiz curso do acarajé 10 no Sebrae. No início eu auxiliava a minha esposa no AABB. Estou no Comércio há 12 anos, antes meu ponto era em frente ao Banco do Brasil, depois fui transferido para esse local pela Prefeitura.

O modo de aquisição do “ponto” pode acontecer de várias formas: por escolha própria, por indicação da prefeitura ou por herança 10. Entre as mulheres os resultados foram os seguintes:

Modo de aquisição do “ponto”	nº vendedoras	%
Indicação da Prefeitura	18	45
Herdou	15	37,5
Escolha Própria	07	17,5
Total	40	100

Fonte : Pesquisa de campo

Entre os homens:

Modo de aquisição do “ponto”	nº vendedoras	%
Escolha Própria	02	50
Indicação da Prefeitura	02	50
Total	04	100

Fonte : Pesquisa de campo

Sobre esse assunto Martini (2007) mostrou-nos que também se pode adquirir um “ponto” através da compra, nesse caso ele pode custar até R\$ 4.000,00 se for considerado bom. Segundo a autora, muitas vendedoras negam a existência dessa prática. Entretanto, ela ressalta que esse tipo de negociação ocorre com mais frequência nas praias. O monopólio do “ponto” foi citado como problemático, por algumas vendedoras, isso porque, o registro emitido pela Prefeitura não permite que o espaço seja utilizado por outra vendedora, mesmo que a titular esteja ausente. Daí a reclamação de algumas vendedoras sobre a existência de bons “pontos” que não podem ser utilizados.

No meio dessa discussão surgiu também uma questão antiga e polêmica sobre a interferência do Poder Público e no deslocamento dos “pontos”, para o ordenamento da cidade. Martini cita casos de expulsão de vendedoras que deixaram de vender em período de festividade (festa de largo e carnaval) por conta da cobrança de taxas específicas. Outra situação que pode ocorrer é a perda do ponto por causa dos lojistas, como ocorreu com a mãe de Jaqueline, que trabalhou cerca de 10 anos num ponto instalado na entrada do banco

Bradesco que funciona no Shopping Lapa, e teve que ser remanejada para um novo local nas proximidades. Segundo ela a retirada se deu por causa da solicitação do banco.

Outro exemplo com final desolador foi o que ocorreu com as vendedoras do Largo de Amaralina, conhecido também como Largo das Baianas, por abrigar mais de meia dúzia delas. Por conta das obras de revitalização da orla marítima, o espaço foi praticamente desativado, restando apenas uma ou duas vendedoras. As outras, segundo informações das remanescentes foram instaladas em outros locais.

No quesito referente ao grau de escolaridade, constatamos que tanto no grupo dos homens, quanto das mulheres ele varia entre ensino fundamental completo e ensino médio (denominado anteriormente de segundo grau) distribuídos nas seguintes faixas:

Mulheres

Grau de escolaridade	nº de vendedoras	%
Fundamental Completo	03	7,5
Fundamental Incompleto	15	37,5
Médio Completo	07	17,5
Médio Incompleto	14	35
Nunca estudou	01	2,5
Total	40	100

Fonte : Pesquisa de campo

Homens

Grau de escolaridade	nº de vendedoras	%
Fundamental Completo	01	25
Fundamental Incompleto	01	25
Médio Completo	01	25
Médio Incompleto	01	25
Total	04	100

Fonte : Pesquisa de campo

Em 1977 as pesquisadoras Zahidê Machado Neto e Célia Braga haviam constatado que as baianas de acarajé representavam uma população, ““incapacitada” para se enquadrar no sistema produtivo formal da economia” (MACHADO NETO e BRAGA, 1977, 2), visto que a maioria não tinha escolaridade suficiente para disputar no mercado de trabalho funções mais especializadas. Passados trinta anos, a situação é bem semelhante, pois, apenas 17, 5%

conseguiram concluir o ensino médio, ou seja, têm o segundo grau completo, contra um percentual de 82,5 % de vendedoras com baixa escolaridade. Vale ressaltar, que essas 17,5% com o segundo grau completo, não têm garantia alguma de conseguir desempenhar no mercado de trabalho uma atividade mais especializada, visto que hoje as exigências de escolaridade do mercado de trabalho são muito maiores.

Constatamos que o mercado do acarajé emprega na sua maioria mão de obra familiar. Dentre os graus de parentesco citados encontramos: filhos, mãe e irmãos, esposas e os padrastos. Essas pessoas participam de alguma etapa do processo de produção dos produtos para os tabuleiros, desenvolvendo funções variadas: desde lavar e catar feijão e camarão, ir a feira, preparar os acompanhamentos do acarajé, lavar as panelas, transportar os produtos, em alguns casos vender no tabuleiro no caso de ausência da titular.

O numero de envolvidos no processo produção varia. Como mostra a tabela abaixo:

Mulheres

Número de envolvidos na produção do acarajé	nº vendedoras	%
1 pessoa	10	25
2 pessoas	10	25
3 pessoas	14	35
4 pessoas	06	15
Total	40	100

Fonte : Pesquisa de campo

Homens

Número de envolvidos na produção do acarajé	nº vendedoras	%
2 pessoas	01	25
4 pessoas	02	50
5 pessoas	01	25
Total	04	100

Fonte : Pesquisa de campo

A vendedora Maria José, de 53 anos, declarou que é mãe de dois adolescentes, e para não deixá-los sem ocupação prefere que eles estejam envolvidos na produção, principalmente no preparo dos grãos e da massa. Ela ressalta que atualmente poderia dispensá-los da tarefa por ter a opção de trabalhar com o feijão já processado, mas prefere mantê-los ocupados:

A massa pronta é muito boa para trabalhar, mas diariamente eu não trabalho com ela, por que tenho dois filhos adolescentes que me ajudam, dessa forma eu os mantenho empregado. No período de carnaval que o período de venda é alto eu recorro a massa pronta, e nunca tive problema. Eles entregam na hora, bem fresquinha e refrigerada.

Quando o assunto é o preparo da massa, 32 vendedoras fizeram questão de afirmar que são elas as responsáveis pelo processamento do feijão, assim como o tempero da massa. Outra parte do grupo, disse contar com a ajuda de outras pessoas. As que declararam abarcar todo processo justificaram sua escolha por causa do medo de perder a clientela, que segundo elas é muito exigente, e percebe a mínima mudança no ‘tempero’:

Somos só eu e minha filha, mas sou eu quem prepara tudo. Ela ajuda cortando cebola, descascando camarão, cortando tempero. Eu mesma lavo, passo e tempero a massa. Geralmente eu gasto 4 horas para preparar tudo. Agora se eu deixo para lavar o feijão no mesmo dia o tempo é maior. Já usei a massa pronta. Eu comprava na feira de São Joaquim, mas não gostei. Ela vem com muita água e estraga muito rápido, além disso, meus clientes reclamaram, por isso, não uso mais. (Cleonicé Pereira que trabalha há 18 nas Mercês)

Apenas 1 vendedora admitiu trabalhar diariamente com a massa pronta comprada na Feira de São Joaquim. Ela é Fabiana Soares de 22 anos que trabalha há três anos com acarajé: “Eu trabalho com massa pronta, ela é muito boa e eu não vejo diferença nenhuma. Ela é bem melhor e dá menos trabalho. O segredo é manter ela no gelo para conservar. A massa é muito boa”. Já, entre os homens, todos disseram participar do preparo da massa, contudo 3, deles contam com a ajuda de algum parente e 1 prefere prepará-la sozinho.

Para facilitar o entendimento, resolvi tratar os números referentes à quantidade dos membros da família da seguinte forma: entre 1 e 3 pessoas, entre 4 e 6 pessoas, e de 7 em diante. Resultou na seguinte tabela:

Mulheres

Quantidade de membros da família	Nº vendedoras	%
Entre 1 e 3	15	37,5
Entre 4 e 6	19	47,5
De 7 em diante	06	15
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Homens

Quantidade de membros da família	Nº vendedoras	%
Entre 1 e 3	01	25
Entre 4 e 6	02	50
De 7 em diante	01	25
Total	04	100

Fonte: Pesquisa de campo

No grupo masculino a maior discrepância encontrada foi na família de Ederaldo Santos, morador da Gamboa de Baixo, cuja família é composta de treze pessoas, que dividem a mesma moradia. Dentre os moradores, além dele e da esposa estão os sete filhos, a sogra, a mãe, a avó e um sobrinho. Por ter uma família numerosa ele não necessita envolver outras pessoas no negócio do acarajé. Reidalva de 22 anos, que vende no Terreiro de Jesus também declarou ter uma família numerosa. Segundo ela são cerca de 12 pessoas: pai, mãe, irmãos, sobrinhos e cunhada, entretanto ela não deixou claro se todos dividem a mesma residência.

Passamos então a análise do tempo que cada vendedor\vendedora gasta diariamente para preparar as iguarias. Quero deixar claro que esse tempo gasto não é preciso, é tempo estimado. A média de tempo declarado foi de 4 horas, sendo que este não se refere exclusivamente ao preparo da massa do acarajé. Nele está incluído a confecção dos acompanhamentos (caruru, vatapá, camarão e salada), assim como todos os outros itens comercializados. Não foi possível precisar a hora em que elas começam a preparar os alimentos, pois esta é vinculada ao horário que começam a vender.

O horário de trabalho dos vendedores é influenciado pela localização do tabuleiro, ou seja, depende do tipo de comércio que está em seu entorno. Na Avenida Sete de Setembro e no Comércio, por exemplo, existem vendedoras que começam a vender no turno da manhã, por volta das 10:00\11:00 horas e se recolhem, entre as 19:00\20:00 horas. Outras que chegam

à tarde permanecem até no máximo às 21:00\22:00, nesse caso, os tabuleiros estão localizados nas imediações de bares. A rotina da vendedora Gilmara Pereira, de 27 anos, que trabalha num “ponto” em frente à Fundação Politécnica é um bom exemplo:

Esse “ponto” pertence a minha família há 30 anos. Pertencia a minha avó, depois passou para minha mãe e agora está comigo. Eu guardo o tabuleiro num depósito, mas trago as coisas de táxi. Nós começamos a preparar os alimentos às 8 da manhã. Meu sobrinho é quem lava e passa o feijão na máquina. Eu e minha mãe preparamos as outras coisas. Nós começamos a armar o tabuleiro por volta das 11:00 da manhã. 11:30 já estamos vendendo. Ficamos aqui até mais ou menos 19:00, mas isso vai depender do movimento...os horários de maior movimento são 11:30, perto da hora do almoço e entre às 15:00 e 15:30.

No Centro Histórico (Terreiro de Jesus e Pelourinho) por ser um local turístico, elas começam a vender durante à tarde, e algumas, delas permanecem até altas horas da noite. Quanto aos horários de maior vendagem, citados pelas vendedoras e vendedores temos o seguinte resultado:

Horário de maior vendagem	Nº de vendedores	%
Meio dia	08	18.0
15h	04	9.0
16h	06	14.0
17h	10	23.0
18h	04	9.0
19h	02	4.5
21h	02	4.5
Não tem horário	08	18.0
Total	44	100

Fonte: Pesquisa de campo

Os dados acima reforçam a observação feita por Costa Lima (1997;69) sobre o fato do acarajé e do abará, em muitas ocasiões substituir o almoço.

Outra observação feita pelas vendedoras foi em relação ao fluxo de venda. Segundo elas, ele aumenta ou diminui, de acordo com a data de recebimento de salário do trabalhador. No início e final do mês sempre o movimento é maior. Apesar do acarajé ser o quitute mais

famoso e mais vendido, o abará não “faz feio” e vem logo em seguida como o produto que mais vende, como mostra a tabela abaixo:

Produto de maior vendagem	Nºde vendedoras \vendedores	%
Acarajé	21	48
Abará	04	9.09
Abara e acarajé	17	36.63
Cocadas	02	4.5
Total	44	100

Fonte: Pesquisa de campo

Sobre os produtos expostos nos tabuleiros, encontramos o seguinte elenco:

Produto vendido	Nºde vendedoras \vendedores	%
Acarajé	44	100
Abará	43	97,72
Cocada branca	24	54.54
Cocada de amendoim	15	34.09
Cocada puxa	07	15.90
Cocada goiaba	02	4.54
Cocada abacaxi	02	4.54
Bolinho de estudante	18	40.90
Passarinha	14	31.81
Peixe frito	05	11.3
Sonho	01	2.27
Refrigerante	06	13.6
Lelê	02	4.54
Bolo	01	2.27
Frango frito	01	2.27

Fonte: Pesquisa de campo

Como se sabe, conforme o artigo 2º do decreto nº 12.175 de 25 de novembro de 1998, que estabelece os tipos de produtos que podem ser vendidos pelas baianas do acarajé, são eles os seguintes: acarajé, abará e complementos, queijada, cocada branca e preta, bolinho de estudante, admitindo-se de forma secundária, a venda de peixe frito e passarinha. Portanto, o sonho, lelê, bolo, frango frito e refrigerantes incorporados a alguns tabuleiros vão de encontro à legislação. Apesar disso, elas disseram, nunca ter havido problemas com os fiscais da prefeitura por este motivo.

A venda do refrigerante apesar de não ser ação adotada por um número significativo de vendedoras aparece como um marketing para alavancar as vendas. Por isso é possível com pouco dinheiro adquirir um acarajé (sem camarão) e um copo de refrigerante, como explica Delma, de 43 anos que trabalha no “Acarajé da Tonha”, em frente ao Shopping Lapa:

...o horário de maior vendagem é às 18:00 horas, principalmente por causa da promoção que a gente faz. Acarajé sem camarão, mais um copo de refrigerante R\$1,20... pelo preço o refrigerante não pode ser de marca boa, tem de ser de marca “fuleira”.. para vender desse preço sem ter prejuízo o acarajé não pode ser grande, mas ainda tem gente que reclama do refrigerante!...

Chegamos então, em minha opinião, a uma questão delicada que é o fluxo de venda de cada vendedora. Queremos alertar, aos leitores que devemos considerar que as respostas obtidas podem não corresponder não retratar a realidade, visto que elas não demonstravam a vontade para falar sobre o assunto. Dos 44 entrevistados, 18 declararam não saber quantas peças vendem, pois calculam sua vendagem por quilo de massa. 14 disseram vender no máximo 100 acarajés, e 12 somente mais de 100 peças. Conforme mostra tabela abaixo:

Unidades de acarajés vendidas num dia	Nº vendedoras	%
Não sabe	18	41
Até 100	14	31.5
Mais de 100*	12	27.5
Total	44	100

Fonte: Pesquisa de campo

* O numero máximo de peças vendidas num dia foi de 500. A declaração foi afetivada por uma vendedora do Pelourinho. Segundo ela essa vendagem alta ocorre nos períodos de alta estação(verão).

No Centro encontramos uma grande variação nos preços do acarajé. O mais barato foi encontrado por R\$ 0,50, o mais caro por R\$ 3,00. O valor do quitute está condicionado por vários fatores como: a qualidade, o tamanho, a presença do camarão, o “ponto”, pela concorrência (promoções) e até mesmo pela popularidade da vendedora. Outra constatação importante foi que o acarajé completo (com todos os acessórios), apesar de custar um pouco mais, é o mais solicitado pelos clientes;

VENDEDORAS DA ORLA

A pesquisa efetuada na Orla Marítima abrangeu a área delimitada pela Praia do Porto da Barra e Praia de Itapua. Nessa área, detectamos a presença de 10 vendedoras, entretanto, conseguimos a colaboração de 8.

Nessa parte da pesquisa, não foi necessário fazer recorte referente a questão do gênero, pois, não encontramos nenhum homem à frente do tabuleiro. Diferente das baianas do Centro, as vendedoras da orla se mostraram relutantes e desconfiadas com a pesquisa, pois acreditavam que se tratava de uma ação fiscalizadora montada pela Prefeitura. Diante desse empecilho, o questionário foi aplicado num clima de desconforto, entre ambas as partes. Cito como exemplo o episódio ocorrido com as duas vendedoras remanescente do “Largo das Baianas”, em Amaralina. Diante da aproximação, de forma nada amigável foram logo informando: “A gente não temos permissão para dar entrevista”, encerrando qualquer possibilidade de dialogo. Após delinear esses aspectos, que na minha opinião, são relevantes para entender o resultado da pesquisa, descrevemos então o resultado: nessa área todas as vendedoras são do sexo feminino, com faixa etária que varia entre 31 e 70 anos, conforme mostra a tabela abaixo:

Faixa e etária	N °vendedoras	%
31 – 40	01	12.5
41 – 50	05	62.5
51 – 60	01	12.5
A partir de 60 anos	01	12.5
Total	08	100

Fonte: Pesquisa de campo

A vendedora com mais idade é Marivalda que trabalha na Praia de Piatã. Ela tem 66 anos de idade, e está estabelecida no local há 34 anos. Coincidentemente a vendedora mais jovem tem 33 anos, metade da idade de Marivalda, chama-se Iraildes que diz ter iniciado a trabalhar com acarajé com apenas 8 anos. Isso quer dizer que ela tem 25 anos que tem contato com a atividade Ela fez o resumo de sua vida:

Tenho o segundo grau completo e já trabalhei em supermercado, mas depois que tive neném resolvi seguir minha mãe, mas eu já sabia fazer tudo. Estou aqui neste local há 25 anos. Eu era criança quando minha mãe tinha essa barraca próxima. Então minha mãe após vender a barraca, resolveu ficar aqui vendendo pra não ficar sem emprego. E eu sempre acompanhando ela. (Iraildes, vendedora na praia de Patamares).

A situação do grupo em relação ao grau de escolaridade é a seguinte:

Grau de escolaridade	N °vendedoras	%
Fundamental Completo	03	37.5
Fundamental Incompleto	02	25
Médio Completo	02	25
Esta estudando	01	12.5
Total	08	100

Fonte: Pesquisa de campo

Dentre as que não completaram o ensino fundamental está dona Neuza Maria, vendedora da Praia do Corsário, que aos 50 anos decidiu retornar à sala de aula, mas como estava afastada da escola há muito tempo e não tinha documentação que comprovasse os anos de estudos já cursados, ela estava matriculada para cursar a primeira série numa escola pública. Apesar da jornada pesada de trabalho, ela garantiu que não iria desistir. Quanto ao estado civil temos:

Estado civil	N °vendedoras	%
Casada	05	62.5
Solteira	02	25
Viúva	01	12.5
Total	08	100

Fonte: Pesquisa de campo

O numero de filhos oscila entre 2 e 16, e está distribuído da seguinte forma:

N°. filhos	N °vendedoras	%
2	04	50
4	01	12.5
5	02	25
16	01	12.5
Total	08	100

Fonte: Pesquisa de campo

Além ser a vendedora com mais idade, D. Marivalda é a que teve maior número filhos, 16 ao total. Apesar da sua idade, 66 anos, ela declarou ser responsável em manter o sustento e agregação da família. Tânia Dias (1996) no artigo: “Baiana de Acarajé, negócios locais negócios globais”, que tratou sobre a organização e modo de gestão adotado pelas baianas de acarajé, já havia chamado a atenção de que além de mãe e patroa, a baiana do acarajé era também a provedora da família. Marivalda resumiu sua vida com poucas palavras:

“Sou viúva e tenho 16 filhos, todos criados, mas minha família é muito grande. Hum, muita gente se eu for contar termino amanhã. Tem meu companheiro, filhos, sobrinhos, netos...muita gente. Eu mantenho minha família só com o tabuleiro. Vendo aqui em Piatã há 34 anos. Nós mesmos procuramos e achamos esse aqui. Antigamente eu fazia tudo sozinho, hoje em dia minha filha me ajuda.”

Mas, ela não é única a sustentar a família com a venda no tabuleiro. Na pesquisa constatamos que 7 vendedoras dependem unicamente da receita gerada pelo acarajé, e 1 conta com a ajuda do marido que trabalha como vendedor. Conforme a pesquisa, essa família pode ser composta no mínimo de 3, no máximo 13 pessoas. Como mostra os dados abaixo:

Nº de pessoas que fazem parte da família	N ºvendedoras	%
3	01	12.5
4	02	25
10	01	12.5
13	01	12.5
Não dá para contar	01	12.5
Não informou	02	25
Total	08	100

Fonte: Pesquisa de campo

Uma grande preocupação demonstrada pelas vendedoras é prover ocupação para a mão de obra familiar que se encontra fora do mercado de trabalho, por isso, todas, disseram que procuram envolver os seus familiares no processo de produção do acarajé. Nessa relação, não existe um contrato de trabalho assinado. O “agrado” é dado semanalmente, e o valor varia de acordo com o movimento do tabuleiro. A média de familiares envolvidos em torno de um tabuleiro é de 2 pessoas, sem contar a vendedora. Esses auxiliares desempenham diversas tarefas secundárias como: lavar e catar feijão, ir à feira, preparar os acompanhamentos, lavar as panelas, transportar os produtos e auxiliar a vendedora nas vendas. Segundo elas, a tarefa mais importante de temperar a massa fica sempre sob sua responsabilidade, pois, elas temem perder a massa, ou mesmo, desagradar sua clientela acostumadas com o seu tempero.

Além de não confiar o tempero da massa a terceiros, a maior parte delas condenaram a massa pronta, por considerar que trabalhar com o produto é quebrar uma tradição de família. Betinha de 48 anos, que vende na Praia de Itapuã deu sua opinião sobre o assunto:

Vender acarajé na minha família é tradição. Minha avó, minha mãe eram baianas, e seguindo o ritmo resolvi dar seguimento..foi por necessidade.Mas, quando resolvi trabalhar como baiana quis seguir os exemplos da minha mãe, gosto de bater meu feijão..me lembro muito delas.

A vendedora Neuza Maria, da Praia do Corsário, com opinião semelhante, declarou: “Não suporto a massa pronta! Tudo tem que ser feito com as minhas mãos!” Já Nanci Teles de 48 anos, que há 5 meses trabalha num tabuleiro na Praia de Ondina, admitiu sem pudor: “Sim, ultimamente trabalho com massa pronta, e gosto” Dessa forma, temos a seguinte divisão:

Trabalha com massa pronta	Nº vendedoras
Não	05
Já trabalhou, mas não trabalha mais	02
Sim	01
Total	08

Fonte: Pesquisa de campo

Mesmo sustentando o discurso da tradição, todas as vendedoras admitiram que ainda continuam a vender acarajé porque não encontram emprego, de preferência no comércio e “com carteira assinada”.Caso encontrassem não hesitariam em abandonar o tabuleiro.A justificativa que mais aparece foi a necessidade de sustentar os filhos, após o abandono do marido.Esse foi depoimento de Neuza Maria, vendedora da Praia do Corsário:

Tô nesse negocio apenas por necessidade. Pois meu marido me deixou com 5 filhos, tive que correr atrás. Assim estou aqui há 24 anos. Comecei vendendo para uma criatura, depois fui vender pra mim.Mas não quero que minha filha seja baiana. Dá muito trabalho, acontece muita coisa...além disso a gente passa da hora de comer...

Com Mercês, vendedora do jardim de Alá, a situação foi semelhante: “Tô aqui por necessidade. Tive uma filha que precisei criar sozinha, então tive que me virar!”

Apesar do desejo de mudar de vida, quando perguntadas se gostariam que seus filhos as sucedessem no tabuleiro, a resposta foi à seguinte:

Deseja que os filhos sigam a profissão	Nº vendedoras
Sim	04
Não	03
Depende dela	01
Total	08

Fonte: Pesquisa de campo

Queremos esclarecer que o “sim” demonstra mais insegurança que certeza, pois, ele é válido somente no caso das filhas não consigam outro tipo de ocupação melhor remunerada e menos pesada. As que disseram “não” fizeram os seguintes comentários: “meu filho quer estudar”(Virgínia, Porto da Barra), “dá muito trabalho, acontece muita coisa, e a gente passa da hora de comer”(Neuza Maria, Praia do Corsário), “porque é muito ruim, penso na melhora pra eles”(Mercês, Jd. de Alá.)

Através da listagem dos bairros citados como domicílio, percebemos que as vendedoras da orla, trabalham em região circunvizinha do local de moradia. Dessa forma traçamos o seguinte paralelo:

Bairro onde reside	Nº vendedoras	Local de trabalho
Pituaçu	02	Patamares
Boca do Rio	01	Jd. de Alá
S. Cristóvão	01	Itapuã
Itapuã	02	Corsário Piatã
Nordeste de Amaralina	01	Ondina
Não informou	01	Porto da Barra
Total	08	-----

Fonte: Pesquisa de campo

Em relação aos meios de transporte utilizados para deslocar os utensílios até o local de trabalho, obtivemos:

Meio de transporte	Nº vendedoras
De táxi\ Paga a um motorista	02
Carregador(carrinho de mão)	03
Transporta os alimentos de ônibus e guarda o tabuleiro numa barraca nas proximidades.	03
Total	08

Fonte: Pesquisa de campo

Como se sabe, tanto os barraqueiros, quanto às vendedoras de acarajés da orla, têm seu fluxo de vendagem atrelado à estação do ano. Portanto, em períodos de alta estação há um grande movimento de clientes, entretanto, no inverno, esse fluxo diminui. As falarem sobre o movimento de venda, elas logo explicaram que naquele período, por ser inverno, não era dos melhores, além disso, e estavam muito preocupadas com a derrubada das barracas que estava ocorrendo na orla. Diante do quadro, o lucro do verão estava incerto. Comparando a vendagem do verão, com a do inverno atual, Iracy, vendedora da Praia de Patamares declarou: “No verão o movimento é muito grande, já cheguei vender cerca de 300 peças. No inverno, no entanto o movimento é pequeno, no máximo, com muita sorte, o que conseguimos vender são 90 acarajés e olhe lá”

A média de venda declarada pelas vendedoras foi a seguinte:

Unidades vendidas diariamente	Nº vendedoras
Menos de 50	01
50 até 100	04
Não sabe	03
Total	08

Fonte: Pesquisa de campo

Para 4 vendedoras, o acarajé é o produto que mais vende, as outras 4 disseram que o volume de venda dos dois quitutes, acarajé e abará, é o mesmo. Surpreendentemente nem a passarinha, nem o peixe frito foram citados pelas vendedoras. No quesito acompanhamentos, não houve distinção, pois, segundo elas, o “freguês”, pede sempre acarajé completo e não dispensa nada. Quanto ao elenco de produtos vendidos temos o seguinte:

Produtos vendidos	Nº vendedoras
Acarajé	08
Abará	08
Passarinha	08
Cocada branca	03
Cocada de amendoim	03
Cocada puxa	02
Cocada goiaba	02
Bolinho de estudante	02
Peixe frito	02
Lelê	01

Fonte: Pesquisa de campo

Comparando os preços percebemos que existe uma uniformidade entre eles, pois, todas as vendedoras cobram o mesmo valor para um acarajé ou abará com camarão, R\$ 3,00. Já para os quitutes sem camarão, o preço varia entre R\$ 2,00 e 2,50. Caso o cliente prefira receber a iguaria em um prato de isopor, é necessário acrescentar ao valor uns R\$ 0,30 referente aos custos do prato.

CAPITULO III

ACARAJÉ: TRADIÇÃO E CONTEMPORANEIDADE

A INFLUÊNCIA DA MODERNIDADE NO TRADICIONAL ACARAJÉ

A primeira notícia que se tem sobre a venda do acarajé, é datada do início do século XIX, quando Luis dos Santos Vilhena denunciou a existência de um comércio de iguarias de origem africana pelas ruas de Salvador. O acarajé, em meio a outros produtos aparece comercializado a pregão pelas negras vendedoras dos quitutes; saíam mercado, pelas ruas e ladeiras da cidade. Sabe-se também que tais quitutes por terem fabricação caseira, serem feitos com matéria-prima regional, abundante e barata, tinham valor irrisório. Daí o fato de Afrânio Peixoto (FERREIRA FILHO; 2003,44) dizer que uma folha de papel seria muito cara para embrulhá-los, por isso, eram vendidos em folhas de bananeiras. Ferreira Filho lembra que tal desqualificação das comidas de rua, inclusive do acarajé, refletia o preconceito e a desvalorização da mão de obra feminina, pois em nenhum instante era agregado ao valor dos pratos o conhecimento especializado necessário para produzi-los, muito menos as longas incursões aos matos a procura das folhas de bananeiras.

Preparar acarajé não era uma tarefa fácil. Além do conhecimento especializado - escolher a matéria-prima, lavá-la, catá-la, triturá-la, saber o ponto certo do tempero, da batida da massa, e do óleo para fritura, todo o processo exigia disposição, paciência e muito esforço físico, pois, todo era feito manualmente. Para triturar os grãos utilizava-se um conjunto de pedras denominado de “pedra de ralar”. Tal apetrecho segundo Querino (QUERINO, 1938) era muito eficaz, daí o fato de muitos o preferirem em detrimento dos moedores manuais. As exigências da vida moderna e necessidade de otimização do tempo fez com que a pedra caísse em desuso, isso sob o protesto de alguns consumidores mais ortodoxos. A escritora Hidelgardes Vianna (1973) foi uma das que protestaram acerca da substituição, alegando que os abarás e acarajés eram bem mais saborosos quando preparados com o feijão triturado com a pedra.

Mesmo tendo sido abandonada pelas cozinhas domésticas, a “pedra de ralar” continuava, estava em atividade nas cozinhas dos terreiros, essa foi a constatação feita pelo antropólogo Vivaldo da Costa Lima. No artigo “Etnoculinária e etnoculinária do Acarajé” de 1999, o autor mostrou que a tradição e o compromisso ritual no preparo das comidas sagradas, exigiam que os grãos fossem triturados seguindo os moldes tradicionais. Entretanto, não deixou de ressaltar que dentro dos terreiros quando a iguaria se destinava à comercialização era preparada com auxílio dos eletrodomésticos, isso no intuito de otimizar o tempo e aumentar a produtividade.

Nesse processo, a lenha e o carvão que aqueciam os fogareiros foram substituídos pelos fogões alimentados por gás mineral, que além de mais prático, evitava que as mãos vendedoras tivessem contato direto com a fuligem do carvão, algo importante se considerarmos as exigências sanitárias. Gislaine Martini (2007), considera que as “exacerbadas” preocupações com as regras higienistas do século XIX, aplicadas ao comércio de alimentos de rua são as responsáveis pelo abandono de muitas tradições afro - brasileiras. Para ela, as ações públicas de controle sanitário sobre os tabuleiros não tinham fins apenas em si mesmo, remetiam também a questões raciais, isso porque para outros setores, elas não agiam com tanta rigidez. As vendedoras, apesar da resistência, acabaram internalizando o discurso que supervalorizava a higiene em detrimento da manutenção da tradição. Daí, hábitos, roupas e até utensílios domésticos foram substituído por instrumentos mais modernos, ou até mesmo perderam o sentido simbólico, como no caso do turbante, que passou a representar higiene, ao invés de simbolizar beleza e opulência.

Controvérsia à parte, o fato é que a modernidade, como era de se esperar chegou à cozinha dos terreiros, e as “comidas dos deuses” já não são cozidas na lenha ou no carvão, As cozinhas estão aparelhadas com eletrodomésticos, fogões industriais, painéis inox ou de alumínio, tudo a disposição do paladar dos Deuses. No que tange ao uso dos fogareiros pelas vendedoras do acarajé queremos chamar atenção que ele ainda é usado em situações emergenciais, como nos informou uma quituteira que trabalha no Terreiro de Jesus. Segundo ela, o fogareiro retorna a cena quando acaba o gás e não é possível providenciá-lo em tempo hábil. Outra situação em que se justifica o uso do utensílio é a dificuldade financeira que dificulta a aquisição do fogão e do botijão: foi o que me relatou Eliene de 37 anos, que trabalhava há 5 anos num ponto localizado em frente ao antigo cinema Glauber Rocha, na Praça Castro Alves.

Recentemente (2004) numa feira promovida pelo Museu de Ciência e Tecnologia da Universidade Estadual da Bahia (UNEB) foi apresentado um protótipo de fogão solar, adaptado para as vendedoras de acarajé que trabalham nas praias. Batizado de “AcaraSol”, o instrumento foi testado e aprovado pela presidente da ABAM, Maria Leda Marques. O invento, segundo o engenheiro Maçal Ribeiro da Fonseca, é prático e econômico e será de grande utilidade para as quituteiras que trabalham à beira mar, pois aproveita o calor produzido pelo sol. A desvantagem é que ele só funciona nos dias quentes.

Para os consumidores do acarajé as mudanças de fato se refletiram nos itens referentes ao tamanho, na variedade dos recheios e na oferta de estabelecimentos que comercializam o produto. No item referente aos variados tamanhos da iguaria, Costa Lima esclarece que na Bahia devido à diversidade étnica, nunca houve uma padronização no tamanho do acarajé, isso porque cada nação seguia seu próprio padrão, algumas produziam acarajés grandes, outros pequenos. O mercado por sua vez, estabeleceu para o consumo diário um tamanho médio. No centro da cidade, por conta das chamadas “promoções”, que oferecem o refrigerante, ou o camarão como brinde, por um real, o tamanho da iguaria é bem menor que o habitual, até parecem acarajés de petisco. Nas ocasiões de festas o tamanho adotado é o mini, que em alguns casos é preparado “na hora” pela vendedora caracterizada de baiana, o que se torna uma atração à parte. O mini acarajé também é adotado por algumas vendedoras que trabalham nas praias. A porção com dez acarajés custa em média por 10 reais. Ainda comentando os tamanhos dos acarajés, há pouco tivemos notícias de um acarajé gigante, que pesa 500g que é vendido no bairro da Liberdade. Segundo os degustadores, ele, com todos os acessórios, pesa quase um quilo.

Em relação à incorporação dos acessórios no texto “Breve notícias sobre a cozinha baiana” escrito por Hidalgardes Vianna em 1963 e publicado no livro “Antologia da Alimentação no Brasil”, de Cascudo nos dá uma valiosa informação sobre essa prática:

....Na Cidade Alta o acarajé aparece sendo feito à vista do consumidor, comido quente e complementado por uma variedade de molho. O costume de fringir e por vários molhos data de uns quinze anos, se tanto. O primeiro destes molhos toma o nome de vatapá...Este vatapá implica no encarecimento do bolinho e também no consumo de

outros molhos : molho de camarão (camarão seco, cebola e azeite de dendê),molho de pimenta (pimenta, cebola, camarão-seco e azeite doce),molho de pimentão (pimentão, cebola, camarão-seco e azeite doce). Até molho com rodela de tomate aparece numa prova de degenerescência da espécie culinária.(VIANNA,1963,38)

Num tom de critica ela acrescentou : “Servido com o vatapá e o molho de camarão, o molho de pimenta passa a ser um mero caldo azeitarado. Outrora colocava-se um pouco do molho clássico sobre o acarajé: hoje corta-se o acarajé ao meio e recheia-se”.(ibdem)

Costa Lima interpretou acréscimo dos acessórios como reflexo da mudança de função do quitute, que deixou de ser uma merenda, para servir de almoço em várias ocasiões. Isso, graças ao crescimento das cidades, do trabalho urbano, e do encarecimento das refeições, que fez com que o trabalhador buscasse opções baratas para se alimentar, sem abrir mão dos nutrientes necessários para o corpo. A tendência apontada pelo autor em 1999, não perdeu forças, pois em 2007, constamos na pesquisa de campo que tal hábito continua, visto que 18% das vendedoras pesquisadas declararam que o horário do almoço representa um dos períodos de maior vendagem no dia. Quanto aos complementos constatamos que nem todos são apreciados pelos consumidores, o que em minha opinião tende para que este desapareça dos tabuleiros, como no caso do caruru, que no tabuleiro de Cira, não é mais oferecido.

DE COMIDA DE RUA A SUA ENTRADA NOS CARDÁPIOS DAS COMEMORAÇÕES SOFISTICADAS

De 1802 quando foi citado por Vilhena até os nossos dias, o status do acarajé sofreu alterações. De comida destinada a alimentar escravos e trabalhadores dos cantos, passou a ser prato de entrada das recepções oficiais e das casas burguesas. Conforme o professor Vivaldo da Costa Lima, essa mudança de status de iguaria “eminente popular para celebrações das classes afluentes” (LIMA, 1997,64) é um fenômeno recente do século XX. Em algumas ocasiões os “cronistas sociais” adotam a presença de uma “baiana” tipicamente trajada nos mais variados eventos, inclusive, empresas de eventos e buffets oferecem, além dos petiscos, a “baiana”.

Entretanto, antes de alcançar tal patamar, o acarajé (e outras iguarias de origem africana), assim como as suas vendedoras foram alvo de críticas e perseguições, tanto do poder público, quanto da imprensa local, que as acusavam de impedir a modernização da cidade. Ferreira Filho (FERREIRA FILHO,2003,94) nos conta que durante a gestão de J.J. Seabra(1912-1916) e Góes Calmon(1924-28), as vendedoras de rua ocupavam as páginas dos periódicos locais, protagonizando brigas, discussões e até agressões físicas. Taxadas de “desordeiras”, “arrelentas”, e “desbocadas” essas mulheres eram sempre mal vistas. Ele cita o caso de uma briga noticiada em 5 de março, de 1936 pelo jornal A tarde, entre um motorista e uma preta do acarajé :

O comportamento irregular das mulheres pobres era constantemente noticiado. Uma preta do acarajé foi tipificada como “mulherzinha”, após ter revidado a agressão física de Arthur Ferreira, arremessando contra ele “acarajés”, o tabuleiro, as panelinhas de azeite e tudo enfim que se pode valer no momento. (FERREIRA FILHO,2003,95).

Assim como a preta de acarajé deixou de ser vista pejorativamente, e se tornou símbolo cultural na figura da “baiana”, o acarajé, e outras comidas populares, deixaram de ser desqualificadas pelos médicos e higienistas, para adentrar no cardápio da elite. Os escritos do folclorista Antonio Vianna publicado em 1950 mostram que em Salvador havia um consumo clandestino dessas iguarias, inclusive, por pessoas de famílias tradicionais, que segundo os jornais da época, se justificavam pelo fato de terem aprendido a apreciar as iguarias nos engenhos com suas aias. Os acarajés de Benta, que vendia nas mediações do Mercado Modelo (VIANNA APUD FERREIRA FILHO, 2003, 112), e Vitorina, na Rua do Cabeça (TAVARES, 1951), foram citadas como pontos de referência para se comer um bom e barato acarajé.

Quebrados os paradigmas o acarajé (e também o abará) se tornou uma “das poucas comidas de azeite que fazem parte da dieta cotidiana do povo” (LIMA, 1997, 64). Não é à toa que segundo informação publicada em 2005 pela Agência Baiana de Notícias, o valor movimentado pela venda do acarajé num dia nos tabuleiros de Cira, Dinha e Gregório superavam a venda do Big Mac.

O tamanho do acarajé vendido na rua e servido nos eventos sociais são distintos. Para os eventos sociais acarajés de tamanho pequeno, são os mais adotados e dividem espaço com outros salgadinhos, como informa Costa Lima: “os acarajés, servidos com a variada gama dos canapés aparecem com o salmão, os patês e o caviar, como uma nota “típica”. Acarajé e uísque. Acarajé e batidas. Acarajé e champagne...” (LIMA,1999,64). Como já havíamos citado em parágrafo anterior, era bem comum que os quitutes fossem preparados por uma baiana devidamente trajada, como manda a tradição, com saias, batas, torço e colares, tornando o fazer acarajé, um espetáculo à parte para os convidados. Segundo o autor, o adentrar do acarajé nos espaços burgueses e oficiais é tratado como uma “novidade” e não como uma “redescoberta”.

Nos restaurantes turísticos especializados em culinária baiana, o acarajé é servido em miniatura, como petiscos. Nesses casos, o tamanho do bolinho de entrada, deve obedecer à estratégia de venda dos estabelecimentos e “não devem ocupar o espaço, nem a intenção gastronômica, reservada para os pratos mais substanciais e mais caros do menu”(ibdem;p. 65), como confidenciou um garçom ao antropólogo. Quando o restaurante não dispõe de acarajés pequenos para servirem de entrada, chegam às mesas acarajés grandes, cortados em partes.

Independente de ser tratado como uma “redescoberta” ou “novidade” é importante frisar que o comer acarajé é uma das particularidades que fazem parte do hábito dos baianos. Alimentados pela vendedora que a qualquer hora do dia se faz presente em cada esquina da cidade, alimentando a memória olfativa dos apreciadores da iguaria.

OS BAIANOS DO ACARAJÉ

A entrada dos homens no mercado do acarajé não ocorreu de forma fácil, sem conflitos, como constatou Jussara Argollo, em 1996 numa pesquisa de opinião pública intitulada: “Porque não o Baiano?”. Ela percebeu que apesar de alguns homens já trabalharem como baianos de acarajés, a Federação Baiana de Culto Afro Brasileiro, por preconceito, ainda se mantinha contrária a presença deles na atividade. Segundo Luis Sergio, presidente de entidade naquele período, vender acarajé era uma atividade feminina e por isso, dizia ele :“a

Federação não filia esses elementos”, por causa dessa proibição os homens ficavam impedidos de receber a licença exigida pela Prefeitura, assim, atuando na clandestinidade.

A proibição feita pela Federação Baiana do Culto Afro Brasileiro, não impediu que Gregório dos Santos Bastos atuasse como “baiano do acarajé” e se tornasse uma referencia do sucesso masculino na venda do acarajé. A sua entrada no ramo do acarajé não aconteceu de forma eventual, pois a sua mãe Maria Francisca dos Santos, conhecida por Dona Chica, vendeu acarajé durante 30 anos no bairro da Pituba, e desse tabuleiro ela conseguiu sustentar os nove filhos. Em janeiro de 2003, entrevistado pela repórter Agnes Mariano do Jornal A Tarde, Gregório contou um pouco da sua historia de vida e sobre seu trabalho como “baiano do acarajé”:

“Estava casado, sem emprego, então comecei no ponto de minha mãe (dona Chica), que dava a sexta para mim, até que resolvi botar um ponto só pra mim" Ele passou um ano à procura do local, inclusive em outras capitais do Nordeste, quando obteve sinal positivo no Shopping Barra. "A única exigência era colocar uma baiana pra vender, porque homem não vendia àquela época. Fui usando o jogo de cintura: de vez em quando assumia o tabuleiro, dizia que a baiana tinha pedido demissão, que ia arranjar outra, até que passou a TV, fez uma matéria comigo, e eles viram que eu podia ser o garoto-propaganda do shopping e passaram a cobrar a minha presença.” (MARIANO.2003)

Para assumir o tabuleiro, Gregório procurou ter cuidado com o visual, por isso, ele está sempre trajado com indumentárias inspirada na moda afro: calça, batas e chapéu confeccionados com tecidos de cores e desenhos exóticos. Ele explica que esse cuidado com a aparência é devido à exigência legal do uso de trajes típicos associados à cultura afro - brasileira.

Entretanto, ele não foi o único homem da família a investir no acarajé como fonte de renda. Três de seus irmãos seguiram seus passos e se tornaram “baiano do acarajé”: Zé, Agnaldo e Gegê optaram por administrar também um tabuleiro de acarajé. José Antonio Vieira, o Zé, há dez anos, assumiu um ponto no shopping de Piatã, e hoje já possui mais dois pontos: o primeiro, próximo ao edifício Cidadela Center e outro especializado na venda de acarajé a peso. Segundo a reportagem, foi no tabuleiro de Dona Chica que “Zé começou a se exercitar como baiano”. Conta a repórter:

Para ele, que é funcionário público e foi sócio de uma empresa, o tabuleiro terminou sendo a opção mais rentável. Com nove funcionários, que se dividem entre a fabricação da massa e venda dos bolinhos, Zé não pára de crescer. Seguindo o exemplo do irmão, criou também um ponto de venda de acarajé a quilo, na Estrada do Coco, e trabalha muito com eventos.” (ibdem)

Outro “baiano do acarajé” que se destaca é Luis Conceição dos Santos, o “Luiz do Acarajé”, que há 13 anos vende acarajé no bairro da Mouraria, no centro da cidade. Todos os dias, a partir das 16:00 horas próximo ao seu tabuleiro já começa a se formar uma fila de pessoas à espera de acarajés quentinhos. Os acarajés são vendidos por R\$ 1,00 sem camarão e R 1,50 completo, com camarão.

Contou-nos Luiz que aprendeu a fazer acarajé quando criança no Pelourinho. Ali auxiliava as baianas de acarajé Dona Tió, Hilda e Juvita, lavando, catando o feijão, e cortando tempero. Contudo, foi em Minas Gerais, na cidade de Teófilo Otoni que ele, junto com a esposa assumiu um tabuleiro pela primeira vez. Separado e de volta a Salvador, ele começou a trabalhar como funcionário público, lotado como marceneiro no IPAC. O trabalho de marceneiro, segundo ele, lhe rendia apenas um salário mínimo, por isso, resolveu vender acarajé. Luiz fez questão de ressaltar que era ele mesmo quem preparava a massa do acarajé e abará, isso porque se preocupava demais com a higiene e a qualidade de seus produtos. Quando perguntado sobre o seu movimento diário respondeu: “Certas pessoas na área dizem que eu ganho 700 Reais por dia, e eu respondo quem dera ganhasse 500... Trabalho com aproximadamente 40 quilos de feijão ...Não reaproveito a massa para o dia seguinte, faço questão de me desfazer dela na frente dos clientes... Vale ressaltar que o numero de pessoas na fila de espera para comprar acarajé varia entre 25 e 30 pessoas; no dia da entrevista foram contadas 28 pessoas. Detalhe a fila não parava de crescer.

O “baiano” demonstrou estar muito satisfeito com seu tabuleiro na Mouraria, por isso foi enfático em dizer que não pretende expandir o negocio, nem abrir uma “casa” para comercializar acarajé: “Não, nunca farei isso, Como te disse anteriormente, tem 11 anos que vendo por um real e pretendo levar muito tempo por esse valor, apesar dos aumentos dos produtos.em uma casa, tenho certeza que os impostos que serão cobrados não poderei manter meus preços fixos” Quase dois anos após essa entrevista visitei Luis, e constatei que o preço de seu acarajé continuava o mesmo de 2005..

No seu discurso Luiz demonstrou constrangimento pelo fato dele não ser adepto do Candomblé. Para ele, algumas “cacetadas” que estava sofrendo na vida eram conseqüências da sua desvinculação com a religião. Segundo ele, várias pessoas ligadas à religião dizem que teria mais sucesso nas vendas caso “se cuidasse”. Como uma forma de compensação, ele procura ser fiel e respeitar as cores e dias dedicados a cada orixá, dessa forma, as cores de seus trajes sempre estão adequadas com o orixá do dia. Explica ele: “Segunda-feira: preto e branco em homenagem a Obaluaê e São Lázaro, Terça-feira : azul em homenagem a Ogum e Santo Antonio, nesse dia eu me identifico muito. Quarta-feira : vermelho Santa Bárbara, Iansã e Xangô, no dia 04 de dezembro eu ofereço o caruru. Quinta-feira: verde, São Jorge e Oxossi, sexta-feira; branco, Senhor do Bonfim e Oxalá . Sábado e domingo eu não trabalho”.

No período em que foi feita a entrevista, dezembro de 2005, até então, Luiz não havia obtido o registro da Federação do Culto Afro Brasileiro, nem da ABAM (Associação das Baianas de Acarajé e Mingau), segundo ele as entidades alegavam que não poderia ser filiado por ser do sexo masculino, e não pertencer ao Candomblé. No recente contato que tive com Luiz (2007), como sempre, ele mostrou-se muito simpático. Pude constatar que atrás do seu tabuleiro estava uma senhora devidamente vestida com trajes típicos de baiana. Os dois dividiam as tarefas de atender aos clientes e fritar os acarajés, com muita simpatia atendiam as solicitações.

RECEITAS DE ACARAJÉ ENCONTRADAS NO BRASIL: ACARAJÉ DE SOJA, MILHO VERDE E GRELHADO LIGHT

Como vimos no texto anteriormente, algumas mudanças ocorreram em torno da tecnologia do fazer acarajé. Algumas mais significativas, outras menos. O importante é que, apesar disso, a sua essência se manteve. Como salientou Vivaldo da Costa Lima (LIMA, 1999, 67), as transformações não foram suficientes para modificá-lo. A prova é que nos inúmeros livros culinários a sua receita permanece a mesma. As informações que apresento nesse texto como receitas variantes de acarajé, apesar de utilizarem matéria-prima diferentes da tradicional, seguem o mesmo princípio. Tais receitas me fizeram lembrar o texto: *Akara, Akra, Acarajé: o gosta da África nas Américas*, de Maximilien Laroche publicado em 2004,

onde o pesquisador comparou receitas que derivam do acarajé, encontradas em países da África e das Américas.

Comparando a receita de acarajé publicada por Querino em 1938, no livro em “Costumes Africanos no Brasil”, com algumas atuais, percebemos que muitas mudanças aconteceram. Nesse universo culinário encontramos sugestões de receitas de massa de acarajé temperadas com alho até os produzidos com grãos de bico, soja e milho verde. Quanto ao cozimento encontramos uma sugestão de “acarajé light”, preparado na grelha.

A adição do alho está se tornando uma constante, assim declararam os comerciantes de massa pronta da Feira de São Joaquim. Segundo eles, é comum a vendedora de acarajé solicitar que se coloque alho (apenas um dente) no momento em que o feijão está sendo processado. O alho, no ponto de vista das vendedoras, dá “mais gosto” ao acarajé. Apesar desse procedimento não ser adotado por todas as compradoras da massa, ele é bem freqüente, me garantiram os comerciantes. Eles disseram que colocar o condimento na massa foi uma atitude tomada pelas próprias compradoras, por isso, elas mesmas realizavam. Hoje, com a demanda, eles já o disponibilizam para as compradoras, sem nenhum custo adicional.

Tanto a receita de acarajé à base de grãos de soja, quanto ao de milho verde, foram sugeridas por empresas paulistas de alimentos, a Kodilak e a Nestlé. Apesar desses tipos de acarajés causarem estranheza a alguns soteropolitanos, tivemos notícias que no município de Camaçari (Ba), no Shopping Open Center, uma vendedora, conhecida como Nira, faz o maior sucesso comercializando acarajés e abarás produzidos com grãos de soja. Em Salvador, na área da pesquisa, o único registro da presença da soja foi no “Acarajé da Emília”, localizado no Campo Grande, próximo a entrada do Garcia. Lá encontramos, dentre os diversos recheios, a carne de soja temperada com camarão. Segundo a vendedora Daniele, de 28 anos, o recheio é bem solicitado.

O acarajé de soja está disponível no site da empresa Kodilar alimentos. Ela está localizada em São José do Rio Preto – SP. Sua especialidade são os produtos alimentícios como farináceos, cereais, matinais, especiarias e achocolatados. A massa do acarajé, além da soja, é preparada com alho, sal, cebola e pimenta do reino branca. Seu cozimento é feito numa mistura de azeite de dendê e óleo de soja. Segundo as indicações da receita, a soja deve ser deixada de molho na água por volta de 10 horas, para que os grãos inchem e sejam retiradas

as peles. Sem a pele, ela é passada no liquidificador, juntamente os temperos, depois, a massa deve ser batida para ganhar leveza. Daí então é só fritar. Como acompanhamento a receita sugere que se faça um molho vinagrete.

Já o acarajé de milho verde foi sugerido pela “Cozinha da Nestlé”. A receita tem como base o milho verde em conserva ou fresco. Como os grãos já estão hidratados não é necessário que sejam colocados na água, basta triturá-los no liquidificador ou ralá-los. Pronta a massa, basta adicionar-lhe, ovos, leite, fermento em pó, farinha de trigo, cebola, coentro e fondor (tempero da empresa). Seguindo instruções da receita, os ingredientes devem ser misturados até formar uma massa homogênea que deverá ser modelada, com o auxílio de duas colheres, em forma de bolinhos. A fritura dos acarajés pode ser feita com azeite de dendê ou no óleo de soja bem aquecido. Quanto ao recheio, é sugerido um molho preparado com os camarões frescos, temperados com alho, azeite de oliva, óleo, limão, fondor, tomate, azeite-de-dendê, farinha de trigo, coentro e cebola.

O acarajé grelhado foi sugerido pela empresa “George Foreman Grill”, fabricante de grelhas elétricas. A receita foi publicada pelo jornal A Tarde, no dia 15 de abril de 2007, domingo, na sessão “Comes e Bebes”, assinada por Marjorie Moura. Ela foi sugerida como uma opção de cardápio saudável, com poucas calorias, depois da “overdose de dendê e chocolate” na Semana Santa e na Páscoa. O acarajé grelhado utiliza quase os mesmos ingredientes do tradicional, a não ser pela adição da farinha de mandioca. Portanto, seus ingredientes são: feijão fradinho, cebola, farinha de mandioca, sal e azeite de dendê. O preparo da massa segue os mesmos passos do acarajé comum, a diferença é que a receita sugere que o feijão seja batido no liquidificador, para daí então serem colocados os outros ingredientes. A farinha de mandioca serve para dar mais consistência à massa, o azeite de dendê serve para dar sabor e cor à massa. Para cozimento utiliza-se o grill pré-aquecido. Já o molho para acompanhamento é preparado com pimenta, camarão seco, tomate, dendê e sal.

Duas notícias curiosas que encontrei se referem ao vatapá de soja e o acarajé recheado com carne moída. O vatapá de soja, segundo o site Fonte Viva é uma invenção da vendedora de acarajé mineira Maria Manoelina da Silva, que trabalha numa Feira Hippie de Ipanema, no Rio de Janeiro. Apesar de manter a receita tradicional do acarajé, o vatapá que ela prepara é feito de soja e bacalhau, sem a presença do camarão. Segundo a vendedora, o vatapá de soja é

bem aceito pela clientela, principalmente por aqueles que têm alergia ao camarão. (HOMERO,2005).

A carne moída é o principal recheio do acarajé vendido por Chica numa praça de Jacobina, no interior da Bahia. Tal fato foi destaque do programa Decola, da TV Educativa da Bahia, comandado por Liliana Reis. A reportagem foi exibida no dia 24 de junho de 2007. Segundo Chica, a idéia de oferecer a carne moída como recheio do acarajé, serviu de marketing para divulgar seu produto. Ela contou que no início a clientela estranhou o recheio, mas com o passar do tempo se acostumou e, atualmente, o recheio é muito solicitado.

As inovações encontradas, tanto na receita quanto no recheio do acarajé, mostram que, apesar das manifestações de alguns tradicionalistas, o acarajé está se adaptando aos gostos e às necessidades nutricionais dos seus consumidores. Isso, sem perder sua essência.

O MERCADO DA MASSA DE ACARAJÉ : INDUSTRIALIZAÇÃO E PRODUÇÃO EM GRANDE ESCALA

Apesar de se mostrar uma atividade sem muitas possibilidades de mudanças, o mercado de massa de acarajé vem inovando. No momento em Salvador dispomos de duas modalidades: a massa de acarajé em pó da marca “Tropicana Espaciarias”, que é vendida em embalagens de 500g, e a massa passada na hora, que pode se encontrada em três boxes localizados na Feira de São Joaquim e em alguns negócios em Itapuã.

A massa de acarajé em pó Antonina e Cozinha Baiana, já fora do mercado, segundo o fabricante, na época venderam bastante em Salvador em outras capitais do país. Através de pesquisas na web, encontramos também a empresa Oya alimentos Ltda, sediada em São Paulo, que comercializa uma linha de alimentos típicos da culinária baiana, inclusive, a “farinha de acarajé”. O meu interesse pela empresa se explica pelo fato dela comercializar o “kit acarajé”, sobre o qual darei explicação mais adiante

ACARAJÉ EM PÓ

Tivemos conhecimento da massa de acarajé Antonina e Cozinha Baiana através de pesquisas na web, no site inventabrasilnet, cujo título da reportagem era: “Acarajé em pó”. Através de e-mail contatamos o autor da mesma, que disponibilizou o endereço eletrônico de Jose Clarindo Bittencourt, inventor do produto. Por sorte Clarindo Bittencourt residia em Salvador, no bairro de Itapuã, e mostrou-se interessado em divulgar seu trabalho. Após contato, ele nos concedeu uma entrevista, onde pudemos colher informações sobre o “acarajé em pó”.

José Clarindo Bittencourt começou a produzir o acarajé em pó no início dos anos 80 em São Paulo, onde montou uma fábrica. O acarajé em pó era produzido através de uma técnica que utilizava: desidratação, pré-cozimento e empacotamento a vácuo do feijão. Segundo ele, essa técnica era vantajosa porque conservava por total o valor nutricional e o sabor do feijão, além disso, diminuía consideravelmente as perdas ocorridas durante o processo de produção. Ele explica: “Feijão em pó, ele tem maior poder de sabor que o da baiana. As baianas quando lavam, o feijão perde no mínimo 20 % do sabor do feijão, tira a goma do feijão..”.

A “Massa de Acarajé Antonina” e “Cozinha Baiana” foram fabricadas em São Paulo, mas, distribuídas para supermercados na Bahia, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

Aqui na Bahia na época para o Paes Mendonça que foi meu primeiro cliente. Eu coloquei a massa do acarajé nas maiores redes de supermercado do Brasil. O Pão de Açúcar em São Paulo, porque minha mãe foi professora de lá da Rede...na Rede Carrefour em Belo Horizonte, Rio de Janeiro...em todo supermercado de elite. Transferi minha fábrica para a Bahia por causa de um “amigo” que me prometeu conseguir financiamento, mas infelizmente não deu certo...Em 1992 aqui em Salvador fiz uma degustação no Hiper Bom Preço, nós vendemos em uma semana 10 caixas com 48 unidades, nós vendemos 480 caixas fora o vatapá !”

No entanto, apesar do sucesso inicial, o produto não conseguiu se firmar no mercado. Para Bittencourt o insucesso foi devido à imperícia dos consumidores no trato com a massa:

Existe o chamado “ponto da massa” que muita gente não sabe. Tem gente que bota água demais. A pessoa compra o acarajé para fazer em casa... não bota cebola, não bota sal, não tem a dosagem certa para que a massa fique boa. Mesmo tendo o modo de fazer escrito na caixa as pessoas não prestam atenção. Nem todo mundo tem paciência...tem que fazer uma ou duas vezes para ficar perfeito. As vezes também usa dendê “vagabundo” e aí o acarajé fica rançoso. Dessa forma a fabricação do acarajé tornou-se inviável.”

Apesar do insucesso do empreendimento, ele acredita, em termos de rendimento e qualidade, que o acarajé preparado com o “pó” teria condições de concorrer com o acarajé produzido por Cira, que segundo ele é um dos melhores de Salvador. Em tom de desafio ele disse: “Cira é considerado o melhor acarajé da Bahia. Eu como acarajé em Cira. Eu faço um acarajé em pó..vou botar o meu acarajé ao lado do dela, você vai provar e me dizer qual vai estar melhor !

Segundo seus cálculos com 250 gramas de massa em pó é possível confeccionar 50 ou 60 acarajés pequenos, tipo “tira-gosto”. Comparando o valor do acarajé vendido em Itapuã por Cira, que custa R\$ 3,50 ele calculou a economia que podia ser gerada pelo seu produto: “Você vai em uma loja de super mercado compra uma caixinha daquela , vai gastar R\$ 4,00, vai gastar mais R\$ 3,00 de azeite de dendê no total vai gastar R\$ 7,00 e vai fazer 60 acarajés”.

Durante a entrevista ele fez questão de frisar que a tecnologia aplicada na fabricação do “acarajé em pó” é uma exclusividade sua, e que tem já pronto um projeto para montagem de uma fábrica de sopa de feijão, que segundo ele resolveria grande parte dos problemas nutricionais das crianças brasileiras. Através desse processo de fabricação, o prato da sopa teria um custo de R\$ 0,10(dez centavos), ao seu ver, ideal para escolas públicas e os países africanos. Sr. Bittencourt não foi direto, mas deixou transparecer a esperança de que a divulgação de seus projetos, através desse trabalho, possa lhe possibilitar algum contato internacional para novas parcerias.

Quanto ao insucesso ocorrido no passado, ele garante que a sua inexperiência e a “usura” de seus sócios foram os fatores responsáveis. Hoje ele garante que está preparado

para administrar um novo negocio, e conclui a entrevista num tom de mágoa dizendo: “Eu sou baiano e digo sinceramente..o negócio é o seguinte : eu não fui muito feliz na Bahia, o negócio aqui é a usura, a inveja. O povo aqui não admite que você ganhe dinheiro com a sua inteligência.”

TROPICANA ESPECIARIAS

A fabrica foi fundada em 1973 por Mário Rocha de Araújo, e chamava-se LABORADIS Ltda, instalada na Ladeira da Água Brusca, próxima a Feira da Água de Meninos. Sua atividade principal era o engarrafamento do azeite de dendê transportado da cidade de Itaperoá. Hoje com o nome de Fênix- Distribuição e Industria de Alimentos Ltda – a fabrica está localizada no Município de Lauro de Freitas, na Bahia. Conhecida no mercado de Salvador, através da marca “Tropicana Especiarias”, a empresa além do azeite de dendê comercializa especiarias, temperos diversos, e uma linha de comida baiana em caixinha composta de: tempero para caruru, vatapá em pó e farinha para acarajé.

A farinha de acarajé é uma mistura composta de: feijão fradinho, sal e cebola desidratada. Ela é vendida em embalagem de 250 gramas, e, segundo o rótulo pode render 15 acarajés tamanho lanche ou 30 drinks (pequenos). Para preparar a massa do acarajé é necessária que se adicione de água ao pó e bata a mistura até torná-la bem solta.

Segundo o fabricante, o feijão fradinho não leva água, e por isso, mantêm as características nutricionais e sabor do produto. Ele explica: “Tudo é feito aqui na fabrica. Primeiro seca-se o feijão fradinho, passa no moinho, quebra ele todo, passa numa máquina e bota um ventilador para tirar as cascas, ai fica só o feijão sem casca, quebradinho sem casca. Então coloca-se cebola em pó e sal e mais nada. Não se coloca conservante, pois nesse processo sem uso da água a farinha dura seis meses”

Assim como Bittencourt , Sr. Mario ressalta que o uso da farinha do acarajé é muito prático, porém requer do usuário muita atenção na hora do preparo. Por isso, é necessário que ele siga as orientações da embalagem com rigor. A dosagem de água, e de tempo da batida da massa são essenciais para o sucesso da receita, visto que o excesso de água além da

quantidade recomendada tornará a massa inconsistente. O tempo de batimento da massa é que determina a leveza e maciez do bolinho de feijão, segundo o fabricante, é necessário que a massa seja batida por sete minutos numa batedeira, esse tempo é suficiente para que se faça um acarajé de boa qualidade.

A linha de alimentos dedicados à cultura baiana foi criada com o objetivo de atingir um mercado externo, fora do estado da Bahia, principalmente aos turistas. São nas lojas do aeroporto, onde o produto tem maior número de vendas, mesmo assim, o faturamento com essa linha é tão baixo que a media de venda mensal entre os três produtos contabilizam cerca 100 caixinhas. Por conta do baixo índice de venda e da rápida deteriorização dos alimentos (prazo de validade é de seis meses) a sua fabricação é limitada, e passa por um rigoroso controle de produção para não haver perdas e prejuízos. Os produtos recolhidos das lojas, que estão com o prazo de validade vencido são doados para granjas da redondeza, assim informou-me o fabricante.

Quando perguntado sobre o que despertou o seu interesse pelo acarajé Sr. Mário responde-me: “A Bahia sempre foi o local do acarajé. Porque não fazer acarajé para vender?..ai eu fui me encostei numa baiana que tinha,..dai consegui fazer acarajé, vatapá a carurú.”

A fábrica atualmente é gerenciada por Antonio Luis da Conceição (sobrinho de Mário) e emprega 35 funcionários, sendo que 12 trabalham na divulgação e venda dos produtos e 23 na produção. A equipe de venda, que trabalha na rua, é composta por 11 promotoras e 1 gerente, que atendem em Salvador cerca de 350 lojas. O faturamento da empresa é mantido pela venda das especiarias e do azeite de dendê, pois a linha de produtos da culinária baiana, representa um numero não representativo no lucro da mesma.

Ele no momento busca expandir a venda da linha de culinária baiana para o Rio de Janeiro e talvez depois para fora do Brasil, pois acredita que ainda tem um vasto mercado a ser conquistado, tanto dentro, quanto fora do país, pelo fato do acarajé ser uma iguaria muito conhecida e apreciada por brasileiros e estrangeiros.

FARINHA DE ACARAJÉ DA OYÁ ALIMENTOS

O casal de baianos empreendedores Ednalva Cícera dos Santos Antonio e Reinaldo da Silva Antonio também apostou no acarajé em pó, por isso, no ano de 1996 criaram com o apoio do SEBRAE-SP, FIESP, ITAL - Instituto tecnológico de Alimentos e do SENAI, e empresa: “Oyá Alimentos”, que comercializa alimentos da culinária baiana, através da loja virtual Oyá.

Nosso interesse pela empresa paulista se justifica pelo fato dela oferecer o “kit para acarajé”, que consiste em ingredientes utilizados para confecção do acarajé e de seus acompanhamentos. O kit acarajé é composto de: dois pacotes de farinha de feijão fradinho, com 500 gramas cada; dois pacotes de 100gramas de mistura para vatapá; uma garrafa de 900ml de azeite de dendê; 60 gramas de pimenta extra - forte malagueta; 200ml de leite de coco; um nécessaire personalizado com a marca da empresa e o informativo que explica o modo de preparo. Segundo a empresa o “kit” rende em torno de vinte acarajés e custa R\$49,90.

Na sua publicidade a empresa oferece aos clientes a possibilidade de degustarem o “autentico” acarajé da Bahia, sem sair de casa, além disso, praticidade e rapidez no preparo; alimento sem produtos químicos ou conservantes, rentabilidade e entrega a domicilio para qualquer lugar do Brasil.

A pessoa responsável pelo setor de marketing da empresa, informou-me que a empresa funcionou na informalidade, durante um período de sete anos(1989 até 1996)., e que no final de 1996 ela passou a funcionar legalmente, cumprindo todas as exigências burocráticas e sanitárias. Segundo os proprietários, a empresa fornece o “kit acarajé” para todos os estados do Brasil via sedex ou via transportadora, mas, ressalta que, por ser um produto novo, o movimento nas vendas ainda é pequeno. Apesar disso, têm certeza que o mercado do acarajé é muito promissor, com grandes possibilidades de lucro, afinal não se pode desprezar um mercado que movimenta 500 milhões de reais por ano.

Quanto a escolha do nome “Oyá Alimentos”, é por causa da orientação religiosa dos proprietários e sua ligação com o orixá Iansã (Oyá). Os produtos mais vendidos são a farinha de feijão fradinho para acarajé, depois a mistura para vatapá, sabor camarão defumado e por ultimo o azeite de dendê. Segundo ele 80% dos seus consumidores são de grupos da “cultura afro -brasileira”, ou seja, são da religião afro brasileira.

Para eles, a venda do acarajé é um campo com enormes possibilidades, ainda a ser explorado, tanto no varejo, quanto no food service, e até mesmo para fora do Brasil.

MASSA PARA ACARAJÉ PASSADA NA HORA

Segundo os comerciantes de massa de acarajé que trabalham na Feira de São Joaquim, foi Manoel Antonio o pioneiro a oferecer essa modalidade de massa para acarajé e abará no mercado de Salvador. Através de contato obtido na feira, contatei com Seu Manoel que está com 87 anos e não comercializa mais na Feira. Atualmente ele se dedica apenas, com a ajuda do filho, à produção do maquinário. Vale ressaltar, que foram as dificuldades financeiras, que o levou a se desfazer das máquinas e se retirar da Feira de São Joaquim.

Atualmente na Feira são três os comerciantes que trabalham com a massa para acarajé: Nido, Souza e Zeu. O contato com Souza e Zeu (que são primos) foi tranquilo, eles se dispuseram a dar entrevista e serem fotografados sem problema. Eles se mostraram bem à vontade para falar do seu empreendimento. As entrevistas aconteceram no intervalo entre uma venda e outra, infelizmente, não consegui acompanhar todo processamento do feijão, pois, as entrevistas aconteceram durante a tarde, período em que as máquinas já estavam limpas, preparadas para a manhã seguinte.

Quanto a Nido, após a quarta visita a sua loja, desistimos de entrevistá-lo, “coincidentalmente”, não conseguimos encontrá-lo, mas com autorização das senhoras que estavam no local, tiramos fotos do maquinário e do feijão sendo lavado e processado.

SOUZA MASSA PRONTA

“Souza Massa Pronta” é de propriedade de Pedrison Silva Souza, de 48 anos, que está na feira há aproximadamente 32 anos trabalhando produtos da culinária baiana: azeite de dendê, feijão e camarão seco, mas a 8 meses decidiu investir na massa do acarajé. Ele justifica sua entrada no negócio por causa da própria clientela, que segundo ele estava migrando para outras barracas em busca do feijão já processado.

Seu maquinário é composto de uma máquina de cessar feijão, tanques para lavar e motores para triturar os grãos. A máquina de cessar feijão serve para separar as impurezas do feijão, como pudemos ver, o feijão sai catado sem impurezas. Souza mostrou-se satisfeito com o investimento, principalmente por ter recuperado seus clientes e conseqüentemente os lucros. “Foi uma luz que veio aqui pra mim, tô gostando, as minhas clientes estão voltando, iam pra lá agora voltaram...coloquei maquina de cartão de crédito , tô vendendo direitinho..”(SOUZA)

Souza informou que o aproveitamento do feijão é bem satisfatório, pois, uma saca de feijão de 60 quilos rende aproximadamente 100 quilos de massa. Esse aumento de peso é explicado pela absorção de água, que faz com que o feijão dobre de quantidade: “depois que molha ele dobra, ai você tira ai uns 10% ai vai para mais ou menos 100 kg de feijão.. Ai 50 kg, de feijão vai para 100 kg de massa.”Ele estima que sua venda diária seja por volta de 100 quilos, contabilizando um total aproximado de 500 quilos por semana:“eu vendo aqui mais ou menos um saco por dia, um saco são 60,. È a minha média, tem dia que eu não vendo nem 10 kg. Tem dia que vendo 110 kg. Varia de dia, tá entendendo? Não é todo dia.Dia de sábado aqui é fechado, domingo não abro, feriado também não.”

Conhecedor de grãos, Souza explicou que a tonalidade da massa do acarajé depende do tipo de feijão utilizado. O feijão fradinho produz uma massa mais branca, já o feijão macaço a massa é mais escura, porém mais resistente ao calor com detalhes ele explica:

Batizaram esse feijão ai como macaço, mas é feijão de corda é da família do fradinho....aqueles feijão ali fradinho que vocês comem no caruru ele é quebrado que fica assim. Esse já é de outra qualidade é o vermelho que a gente chama de macaço é da mesma família, faz acarajé faz abará, agora as freguesas que gostam de menos trabalho levam daquele branco ali ,a pelizinha do branco se ficar na massa não tem problema, mas a pele do vermelho se ficar na massa ela fica logo roxa ,mas aquele feijão dali se lavar ele direitinho tirar, as cascas todinhas ele é melhor que o branco, por que ? porque ele rende mais. Se você molhar um quilo daquele e molhar um quilo do branco separado na hora de bater você vai ver que a quantidade é maior, ele rende mais.

Para o comerciante o sucesso desse negocio se explica através da relação custo / benefício, pois o quilo da massa custa R\$ 2,00 enquanto o quilo do feijão fradinho sai por R\$ 1,50 e o macaço por R\$1,40. Ele explica essa relação: “...esse feijão ele dobra, um quilo vai pra dois quilos o que a cliente perde no rendimento ela ganha em tempo que não perde...ela não vai gastar água, não vai gastar luz, vai ter tempo para outras coisas . O recibo da água vem menos, da luz também vem menos, não vai precisar de alguém para lavar, não precisar pagar ninguém. Sobra tempo até para cuidar da criança e outras coisas mais, então é uma vantagem.”

Finalizando a entrevista, perguntei se poderia traçar o perfil das pessoas que compram a massa pronta. Ele afirmou com veemência que em primeiro lugar são vendedoras de acarajé, e depois o “pessoal dos terreiros” em período de festa. Quanto às donas de casa seu consumo é quase insignificante porque só compram ½ quilo ou um quilo. “Eu mesmo vendo mais para baiana, mas vendo também para o pessoal do terreiro. Vendo também para donas de casa, inclusive, colocamos propaganda no SBT, eu e Zeu, saí no SBT por dois meses, me arrependi, só quem ligava mais era o pessoal dona de casa que só vem comprar o que , um quilo, meio quilo, pra gente não é futuro, eu me arrependi amargamente de ter colocado a propaganda na televisão, não gostei da experiência não. Joguei o meu dinheiro fora, quem está me alimentando mesmo são as baianas de acarajé”..

ZEU MASSA PRONTA

Eliseu Andrade Barreto, conhecido como Zeu tem 33 anos, e há 25 trabalha na Feira de São Joaquim. Começou com 8 anos de idade ao lado do pai vendendo produtos da culinária baiana como camarão, feijão e azeite de dendê. Há cerca de um ano decidiu trabalhar com a massa pronta para acarajé. Ele adquiriu o maquinário nas mãos de Seu Manoel. Uma máquina de lavar e dois moinhos por RS \$ 7, 000,00 (sete mil reais) e de “quebra” recebeu um rapaz (operador) que lavava feijão.

Segundo seus cálculos a venda diária varia entre 200 a 300 quilos. Seu maior mercado de venda é representado pelas baianas de acarajé, que na sua opinião têm “receio” de admitir que trabalham com a massa já processada, por causa do desconhecimento do consumidor, e da possível rejeição ao produto que poderia causar a diminuição das vendas:

Tem baianas que trabalham com a massa e às vezes elas não dizem que trabalham com a massa pronta, pra dizer que é um negocio melhor, mas é a mesma coisa. A massa pronta está livrando ela do trabalho, porque a gente lava o feijão e mói para ela. Só que na visão de muita gente a massa pronta é uma coisa assim que perde o gosto, uma coisa artificial que tem produto químico para conservar uma coisa que fica congelada.... Tem baiana que não diz que é massa pronta tipo assim, não é que ela queira mentir, e que ela diz isso, porque as pessoas vão achar que o acarajé não é natural, não é legal, não é feijão mesmo. Quando se fala em massa pronta quem vai comprar o acarajé na mão da baiana e conhece aqui na feira esse feijão (macaço) pensa que é amendoim descascado, tem sentido por causa dessa cor. Quem vai comprar na mão da baiana e sabe disso, acha que não é feijão. Aí pergunta à baiana ela diz que lava o próprio feijão.

Seus principais compradores são as vendedoras de acarajé, depois as pessoas ligadas à religião afro brasileira, e num numero bem inferior às donas de casa. Perguntamos a ele se durante o processamento do feijão os clientes adicionavam algum ingrediente à massa ele respondeu que o mais comum é colocar um dente de alho e nada mais. Qualquer outro tipo de tempero faz com que a massa perca a resistência e estrague mais rápido. Como a massa do acarajé é um produto que estraga com muita facilidade, é necessário que seja transportada em recipiente térmico, para que se mantenha a temperatura, mas na maioria das vezes ele resfria colocando-a em um recipiente com pedras de gelo que garantirá a conservação até que o cliente possa guardá-la no refrigerador.

Quanto ao tipo de feijão mais consumido, ele explicou: “O feijão macaço tem mais resistência e é preferido pela baiana que vende na praia, tem mais durabilidade, mais resistência, mais difícil de azedar. O de lá (fradinho pele branca) já não agüenta muito é para baiana que vende rápido e termina logo de vender. A baiana que passa o dia todo no ponto, na praia das 9 horas da manhã e chega 3 ou 4 horas da tarde Geralmente o fradinho é mais caro

,mas no momento está o mesmo preço,por causa da safra o fradinho é mais caro porque dá menos trabalho pra lavar. O macaço dá muito trabalho .”

Apesar da otimização do tempo e diminuição do trabalho proporcionada pela massa pronta, a venda do feijão (grãos quebrados) ainda supera a da massa pronta. Mas ele acredita que o crescimento desse mercado é só uma questão de tempo, depende apenas das baianas avaliarem o custo benefício proporcionado pelo produto e optarem por ele.

O ACARAJÉ E A QUESTÃO DA HIGIENE

PROGRAMA ACARAJÉ 10

Segundo Ferreira Filho ao longo do século XIX viajantes, médicos e autoridades públicas demonstraram preocupação com as condições de higiene em que se encontrava o comércio de alimentos em Salvador. Os principais alvos de críticas deles foram as feiras livres, os antigos mercados e o comércio de calçada.

O autor destaca que no início do século XX, em 1908, o médico Octavio Torres da Silva produziu uma tese de doutoramento na qual analisava as condições urbanísticas e sanitárias das feiras e mercados da cidade. Ele constatou que os principais mercados da cidade funcionavam em locais impróprios, em imóveis antigos, sem a mínima infra-estrutura necessária para abrigar um comércio de alimentos. Os mercados de Sta. Bárbara, São João, do Ouro, da Baixa de Sapateiros e do Curriachito se encontravam nessa situação: sem água potável, esgotamento sanitário. Para completar, as mercadorias eram vendidas em meio de ratos, baratas, moscas e até urubus. Em relação a venda de comidas nas ruas, o médico observou que as vendedoras, segundo ele, de origem africana se instalavam no bairro comercial em meio a buracos, e lixo. Criticando esse tipo de comércio fez o seguinte comentário: “as tradicionais africanas com nojentos quibandas (sic) em abarracamentos, vendendo comidas”(FERREIRA FILHO,2003,106).

Com objetivo de sanar as deficiências sanitárias dos locais públicos, em 1925, foi publicado o Código Sanitário da Bahia, que na opinião de Ferreira Filho (FERREIRA FILHO, 2003, 110) teve o objetivo de retomar os projetos de reforma sanitária instituído pelos governadores Antonio Muniz (1916-20) e J.J Seabra (1920-24) durante seus governos. Nesse período, o então governador Góes Calmon, além de publicar o Código Sanitário reorganizou o Serviço de Saúde Pública, delegando a esse setor a responsabilidade de fiscalizar o comércio de produtos alimentícios na cidade. Apesar da iniciativa, poucas mudanças ocorreram na estrutura do comércio vigente, pois não foram criadas condições sólidas para o desenvolvimento de outro modelo de comércio mais organizado e higiênico, perdurando assim os mesmos problemas.

Na atualidade, o comentário escrito que encontramos que levanta dúvidas sobre as questões de higiene ligadas a fabricação do acarajé e do abará, foi no livro de Hidalgardes Vianna, “A Bahia já foi assim(crônicas e costumes)” , publicado em 1973. Nesta obra, a autora sugeriu que o poder público interviesse e fiscalizasse as vendedoras dos quitutes, pelo fato de muitas delas demonstrarem desleixo e sujeira nos seus tabuleiros e produtos. Ela disse o seguinte: “Acarajés e abarás que vêm sendo vendido por aqui bem que mereciam ser policiados, fiscalizados. Uns são imundos na apresentação, outros são horríveis no paladar. A imundice poderia ser controlada pelas repartições de saúde pública”.(VIANNA, 1973, 124).

O apelo feito pela escritora só foi parcialmente atendido em 1998, quando o então prefeito Antonio Imbassahy, publicou um decreto que ordenava a venda do acarajé na cidade. Um dos pré-requisitos para a vendedora ter direito à licença era a apresentação do atestado de saúde, comprovando que ela não era portadora de nenhuma enfermidade que pudesse impedi-la de manipular alimento. Nesse mesmo documento ficou instituída uma multa de 30 UFIR's, caso a vendedora não mantivesse os equipamentos em perfeito estado de conservação e limpo.

O assunto até então tratado com melindres tornou-se pauta de discussão, quando no ano de 2002 a Faculdade de Farmácia da Universidade Federal da Bahia, UFBA, recolheu e analisou amostra de massa de acarajé de várias vendedoras espalhadas pela cidade. O resultado não poderia ter sido mais desconcertante e comprometedor, pois 100 % das amostras analisadas estavam contaminadas por coliformes fecais e bactérias diversas, transmissoras de inúmeras doenças ao ser humano. O vexame da contaminação do acarajé, símbolo da cultura baiana, foi noticiado pelo Jornal Nacional para todo o país.

Como consequência, o consumo do acarajé diminuiu, causando uma perda, tanto para as vendedoras do quitute, quanto para o Governo do Estado, que teve a imagem das suas “garotas propaganda” comprometida. Segundo a ABAM, a notícia fez com que o consumo do acarajé diminuísse em cerca de 30 a 40 %. Diante desse impacto, o Estado, em parceria com empresas privadas, lançou um programa para ensinar as vendedoras do quitute a manipular corretamente os alimentos, deixando-os livre de qualquer contaminação. Assim nasceu o “Programa Acarajé 10”.

O programa que teve como objetivo oferecer às vendedoras de acarajé, treinamento sobre manipulação alimentar, higiene pessoal, higiene das instalações e utensílios. Como certificação de qualidade foi instituído um selo que garantiria a boa qualidade do produto, uma espécie de ISO. A primeira etapa foi lançada no início do ano de 2002, e segundo o próprio Sebrae em dezembro daquele ano o programa havia conseguido certificar cerca de 50 vendedoras. Vale ressaltar, que a primeira etapa destinou-se apenas a certificação das vendedoras fixadas no Centro Histórico. De acordo com Vanete Fonseca, coordenadora de treinamento do SENAC, no ano de 2003 uma nova turma foi organizada, dando oportunidade para novas vendedoras participarem do treinamento e da certificação.

O curso, com carga horária de 40 horas, foi composto de quatro fases: seminários; parte teórica dividida em dois módulos distintos, visita (a cozinha e ao local de venda) e por fim a avaliação. Os seminários foram abertos e contaram com a presença de aproximadamente 800 vendedoras inscritas. O primeiro módulo, que compunha a parte teórica, abrangia conteúdos específicos que tratavam de assuntos ligados a higiene pessoal, ambiental e manipulação de utensílios. O segundo módulo trazia informações sobre armazenamento, pré-preparo e armazenamento da massa. A terceira etapa, chamada de “check-list” se concretizava com uma visita de um consultor do SEBRAE aos pontos de produção (cozinhas) e consumo (tabuleiros de acarajés) com intuito de verificar se higiene e modificações estabelecidas estavam dentro das especificações que previa o programa, e por fim, a avaliação teórica e a certificação que culminava com o recebimento do selo de qualidade.

Segundo a coordenadora do programa, o custo por vendedora foi de R\$ 1.150,00, que foi patrocinado pelo Ministério do Turismo. Mas, para participar do treinamento era necessário que as vendedoras investissem R\$ 20,00 para custeio do material didático que, inclusive, poderia ser pago em duas vezes. Logo no início do programa apareceu o primeiro entrave, que

foi o fato das cursistas alegarem não ter condições de pagar pelos módulos, logo em seguida, vieram as dificuldades de disponibilidade de tempo, assim como, falta de recursos para arcar com o transporte, de casa até o local do curso, e com as reformas das instalações da cozinha, pré-requisito indispensável para recebimento dos certificados. Por conta disso, de 2003 até 2005, apenas 124 vendedoras conseguiram receber a certificação.

Na conversa que tive em 2005, com a coordenadora do programa, ela declarou que além dessas dificuldades relatadas existiu ainda a questão da sazonalidade das vendedoras, pois muitas delas que receberam o selo, mudaram de endereço ou de “ponto”, sem informar ao programa a nova localização. Dai não foi mais possível monitorar o seu trabalho. Após 2005 não encontrei mais registro sobre o andamento do programa, mas, durante o período das pesquisas tentei agendar um horário com Vanete Fonseca, mas, infelizmente não foi possível, pois a mesma estava fora do estado. Recentemente numa conversa que tive com a presidente da ABAM, Leda Marques, ela informou que o programa foi desativado por falta de verba.

O DECRETO 12.175 – REGULAMENTAÇÃO DA VENDA DO ACARAJÉ NAS RUAS DA CIDADE

Coincidência ou não, a iniciativa contemporânea de regulamentar a atividade de venda do acarajé e mingau na cidade por parte da Prefeitura Municipal de Salvador, ocorreu no mesmo ano que em baianas conhecidas: Dinha e Regina, disputavam “quase a tapas” pontos de venda no bairro do Rio Vermelho. Publicado em 25 de novembro de 1998, na gestão do então prefeito Antonio Imbassahy, o decreto de n 12.175 dispôs sobre a organização e funcionamento do comércio de acarajés e mingau pela cidade. O decreto serviu como mecanismo regulatório na padronização de indumentárias e tabuleiros, na higienização e controle no manuseio de alimentos, localização, distância dos tabuleiros e as possíveis multas, caso não fossem cumpridas as determinações.

O 1º artigo estabelece que a atividade de venda de acarajé ou mingau em logradouros públicos está condicionada a emissão de alvará de autorização emitido pela SESP(Secretaria de Serviços Públicos).:

A exploração de atividade de comércio informal exercida pela baiana de acarajé ou de mingau depende de alvará de autorização, que será outorgado a título precatório, em caráter pessoal e intransferível, em conformidade com as normas estabelecidas no presente Decreto e demais legislação aplicável.(Diário Oficial do Município, Salvador, 25 de novembro de 1998)

Em parágrafo único ele completa:

No caso da morte da titular poderá ser liberado novo alvará de autorização para o herdeiro legalmente habilitado, ressalvado em qualquer hipótese o interesse público para efeito da outorga.(ibdem)

O parágrafo 2º, inciso 2º confirma a obrigatoriedade do traje típico:

§ 2º- As baianas de acarajé, no exercício de suas atividades em logradouro público, utilizarão vestimenta típica de acordo com a tradição da cultura afro- brasileira (ibdem.)

Cumprindo a obrigatoriedade imposta pela lei, durante as incursões a campo, constatamos que na via principal a maioria das vendedoras trabalha devidamente trajada. As ajudantes, no entanto, vestem roupas mais práticas, leves, camisetas ou guarda- pó com o slogan do tabuleiro e o número telefônico destinado a encomendas e entrega em domicílio. Apesar de encarar o sol forte com roupas pouco práticas, elas concordam que é necessário o indumentário. A lei também estabelece, no artigo 13º que é proibido:

II- Comercializar produtos diversos dos especificados no alvará.

Por tal infração, a vendedora se sujeita a receber uma multa de 40 UFIR's, cerca de R\$42.57. Apesar de contra a lei, tal pratica é comum no Centro da cidade. Delma, que trabalha no “Acarajé da Tonha”, localizado próximo ao Shopping Lapa, a estratégia funciona da seguinte forma explica:

Com R\$ 1,00,o cliente pode comprar um acarajé(sem camarão) e leva de graça um copo de refrigerante..tem cliente que não dispensa o refrigerante, às vezes o guaraná tá até quente, e eles querem assim

mesmo...para eu não sair perdendo o refrigerante não pode ser um refrigerante de marca, nem coca-cola ,nem pepsi, são refrigerantes “pebas”.

Ciente da proibição ela continua:

Eu sei que é proibido por lei, mas todo mundo vende e graças a Deus a prefeitura não nos persegue

Além desta, existem outra situações passíveis de multa:

- II- Comercializar bebidas alcoólicas e refeição em geral, 40 UFIR.
- IV- Utilizar tabuleiros que ultrapassem dimensões superiores 1,20 x 0,60 m ou tabuleiros abertos, 30 UFIR's
- V- Utilizar vestimenta em desacordo com a tradição baiana de acarajé e de mingau 30 UFIR's
- VI- Não manter os equipamentos em perfeito estado de conservação e higiene 30 UFIR's
- VII- Deixar de manter no equipamento recipiente apropriado ao recolhimento de detritos provenientes do exercício da atividade, inclusive para coleta do azeite fervido, óleos e outros 30 UFIR's
- VIII- Ceder, locar ou transferir para terceiros a autorização obtida 30 UFIR's
- IX- Fazer uso de bancos, caixotes, tabuas, mesas e cadeiras de qualquer tipo ou similar 20 UFIR's
- X- Alterar a localização dos equipamentos sem previa autorização da SESP 20 UFIR's
- XI- Utilizar aparelhagem de som, de qualquer tipo, que venha a causar perturbações a tranqüilidade da população 20 UFIR's
- XII Colocar copos, garrafas e cigarros dentro do tabuleiro 20 UFIR's”
(ibdem)

Quanto à organização do espaço, fica estabelecido pelo artigo 9º que os tabuleiros e todos os outros equipamentos utilizados pelas baianas devem ser instalados diariamente, respeitando o horário fixado pelo alvará. Além disso, eles não podem estar localizados nos seguintes locais:

- I.em áreas que possam perturbar a visão dos condutores de veículo;
- II.em passeios fronteiros a monumentos em geral ou prédios tombados pela União e junto a organizações de segurança.

III. em frente, fundos e laterais, em um raio mínimo de 50m (cinquenta metros), de colégios, hospitais, repartições públicas, quartéis, entradas de instalações residenciais, salvo autorização, por escrito, do responsável por qualquer um desses estabelecimentos, atendida, entretanto, a conveniência pública.

IV. em calçadas, onde a faixa livre de circulação de pedestre, após a implantação do equipamento, seja inferior a 1,00 m (um metro)

V. em locais que, a critério do poder público municipal, comprometam a estética urbana, histórica, paisagística, a higiene, a preservação do meio ambiente, a tranquilidade pública e a segurança da população;

VI. em vias expressas com elevado número de veículos. (Artigo 10º)

Por conta da preocupação com a higienização do espaço, com a qualidade dos produtos vendidos, e estado de saúde da vendedora, fica estabelecido que a carteira de saúde é documento essencial para emissão do alvará, assim, como para sua renovação anual. Estabelece o parágrafo 1º, do artigo 2º que as iguarias comercializadas nos tabuleiros estão sujeitas a inspeções periódicas pela Vigilância Sanitária, com objetivo de coletar e analisar em laboratório amostras dos produtos comercializados.

ASSOCIAÇÃO DE BAIANAS DE ACARAJÉ, MINGAU E SIMILARES DO ESTADO DA BAHIA (ABAM)

A associação das baianas de acarajé nasceu com o nome de ABA, mas passou a chamar-se ABAM por abarcar as baianas vendedoras de mingau e similares.

A ABAM foi criada em 1997, pela vendedora de acarajé, Clarisse dos Anjos, com objetivo de agregar a categoria que na sua opinião, “estava desamparada, marginalizada pelo poder público e entregue a própria sorte”. Inicialmente a Associação contou apenas com 80 vendedoras, um número insignificante, num universo de aproximadamente quatro mil vendedoras. A primeira ação da entidade foi estabelecer parceria com o SEBRAE, com objetivo de fornecer às suas associadas, formação na área de empreendedorismo, gestão de negócios e qualidade de atendimento. O primeiro curso aconteceu em 1999, e abrangeu 68 baianas. No ano 2000, a entidade em parceria com o governo federal, participou do programa

Capacitação Solidária voltado para o treinamento de novas baianas; nesse caso as beneficiadas foram as filhas das vendedoras.

Do Governo do Estado a Associação recebeu um espaço no Belvedere da Sé, onde passou a funcionar a sede da entidade e o Museu das Baianas. Segundo informações, foi por influencia da Associação que em 1998 a Prefeitura Municipal de Salvador, publicou o decreto que passou a regulamentar o uso do solo, assim como, os direitos e deveres das vendedoras de acarajé.

Em 2002, já na gestão de Leda Marques, sua segunda presidente da entidade, em parceria com o IPHAN, conseguiu que a receita do acarajé fosse tombada como patrimônio imaterial. Anos mais tarde através de uma nova parceria (Centro de Estudos Afro-Orientais de Universidade Federal da Bahia e o Terreiro Ilê Axé Opô Afonjá) o Ofício das Baianas de Acarajé foi inscrito no Livro dos Saberes, como patrimônio cultural brasileiro em dezembro de 2004.

Segundo a atual presidente hoje estão cadastradas na entidade 2.275 baianas, dentre elas as de mingau, receptivos e de acarajé. O valor da contribuição é de R\$5,00 e deve ser paga mensalmente. Hoje a instituição passou a ser o órgão intermediário entre a SESP (Secretaria de Serviços Públicos) e as vendedoras. Em 2005 num contato que tive com Rita, vice-presidente da Associação, ela informou-me que para obter a licença de venda de acarajé era necessário dirigir-se a ABAM para que fosse feita uma visitação ao local escolhido; caso fosse a frente de um ponto comercial, era necessário uma autorização escrita do proprietário do estabelecimento liberando o tabuleiro. Aprovado o “ponto”, então a vendedora poderia dirigir-se à SESP, onde seria providenciado o alvará de funcionamento que custava cerca de R\$ 168,25, divididos entre gastos com a Associação (R\$ 50,00) e taxas públicas (118,25).

Apesar dos trâmites continuarem os mesmos, no contato recente que tive com a presidente da entidade, ela fez questão de frisar que hoje a Associação não tem mais interesse em liberar licença, pois o mercado está saturado. A entidade continua a oferecer cursos às filhas das associadas, mas, o seu maior objetivo no momento é reformular o decreto de 1998, que segundo Leda está defasado e não atende as necessidades da categoria.

CAPITULO IV – OS CONSUMIDORES

PANORAMA GERAL DA PESQUISA DOS CONSUMIDORES DO CENTRO E DO RIO VERMELHO

As informações aqui apresentadas são resultado da pesquisa de campo realizada no ano de 2007, entre os consumidores do acarajé. Trabalhando num universo de 156 pessoas, destas 116 são freqüentadores do Centro (Pelourinho, Comércio e toda Av. Sete de Setembro) e 40 do bairro do Rio Vermelho, onde estão localizados três dos mais famosos tabuleiros de acarajés da cidade: Cira, Dinha e Regina. No texto os resultados das pesquisas serão mostrados de forma independente, desse modo, demonstrarei inicialmente os resultados obtidos na área do Centro, e logo após, a do Rio Vermelho.

Queremos esclarecer que a área denominada de Centro engloba Campo Grande, Pelourinho e Comércio. Na área no Campo Grande pesquisamos 40 pessoas, 40 no Pelourinho e 36 no Comércio, formando um total de 116 pessoas pesquisadas. Apesar dessa explicação a tabulação dos dados foi feita de forma genérica como veremos nas tabelas no decorrer do trabalho

O segundo grupo de pesquisados é composto pelos freqüentadores do Largo da Mariquita (onde está o tabuleiro de Cira) e no Largo de Santana (onde estão localizados os tabuleiros de Dinha e Regina). Nessas áreas selecionamos aleatoriamente 40 pessoas. A inclusão do Rio Vermelho se justifica pela necessidade de conhecer o público desse local que abriga três quituteiras consideradas ponta de linha do acarajé na cidade.

Através desse instrumento foi possível identificar idade, sexo, nível social e econômico, assim como a preferência dos consumidores. O questionário aplicado é composto de 10 questões, algumas abertas, outras fechadas, sendo que, os quatro primeiros itens delineiam o perfil sócio econômico e cultural, enquanto os restantes se referem especificamente às suas preferências em relação ao acarajé.

No item que se refere à profissão, devido a imensa gama de atividades que nos foram informadas pelos pesquisados do Centro, resolvemos agrupá-las utilizando a seguinte denominação: atividades que exigem o nível médio, atividade que requerem diploma universitário, sem profissão e dona de casa. No Rio Vermelho, pelo fato da população entrevistada ser pequena não foi necessário utilizar essa estratégia.

CONSUMIDORES DO CENTRO

Através da análise da tabela referente à faixa etária percebemos que a maior parte dos consumidores do acarajé, encontram-se na faixa entre 20 e 49 anos de idade, sendo que esse grupo representa aproximadamente 86% dos consumidores. Percebe-se também que a partir dos 50 anos o percentual de consumo diminui para 11%, nesse caso, acreditamos que a diminuição do consumo seja decorrente de restrições médicas em relação à ingestão de alimentos com alto teor de gordura. Sendo o acarajé um alimento calórico, cerca de 278 calorias, é justificável que seu consumo seja moderado. Na faixa dos consumidores com menos de 20 anos de idade, o consumo foi menor ainda, 2,5%.

No quesito sexo, apesar de uma pequena diferença de 8.0%, as mulheres consomem mais acarajés que os homens. Portanto o grupo feminino representou 54.0% dos consumidores, enquanto o masculino, 46.0% destes.

Faixa Etária	n° pessoas	%
Menos de 20	03	2.5
20 -29	40	35
30 – 39	30	26
40 – 49	29	25
50 em diante	14	11.5
Total	116	*100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Sexo	n° pessoas	%
Masculino	53	46
Feminino	63	54
Total	116	*100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Constatamos que cerca de 82.0 % das pessoas que comem acarajé exercem algum tipo de atividade remunerada, sendo que 66.5% trabalham em atividades que exigem o ensino fundamental ou nível médio. Dentre esse grupo encontramos um vasto elenco de atividades, dentre elas tosadores, empregadas domésticas, pedreiros, auxiliar de escritório, comerciários dentre outros. Aqueles que exercem atividades que exigem diploma universitário representam 15.5%. Nesse grupo encontramos enfermeiras, advogados, arquitetos, terapeutas, pedagogos etc.. Os estudantes representam 10.5% dos consumidores, enquanto as donas de casa, 4.0% e os biscateiros 3.5%.

Atividades que exigem:	nº pessoas	%
Ensino Médio ou fundamental	77	74
Diploma universitário	18	15.5
Estudante	12	10.5
*Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Apesar do acarajé ser uma iguaria famosa e apreciada por pessoas de diversas partes do mundo, constatamos que são os soteropolitanos quem movimentam, e dão vida ao mercado local, pois eles representam 93.0% dos consumidores.

Entre os consumidores estrangeiros encontramos europeus vindo de Portugal, Itália, Alemanha e França. Sendo que dois desses, um italiano, outro francês, já moram em Salvador há mais de 10 anos. O grupo representa 4.0 % da população pesquisada. Queremos alertar que esse grupo de consumidor foi encontrado no centro histórico, mais precisamente, no Terreiro de Jesus. Quanto aos consumidores vindos de outro estado, ou outra cidade baiana representam 1.0% e 2.0%, respectivamente.

Naturalidade	nº pessoas	%
Salvador	108	93.0
Outros estados	01	1.0
Outras cidades	02	2.0
Outros países	05	4.0
*Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

No quesito renda, a maioria dos pesquisados ganha entre 2 e 5 salários mínimos, ou seja, entre R\$ 415,00 e 2.075,00 mensal. Esse grupo representa 68.0% dessa população. Os demais 32.0% estão distribuídos nas demais faixas. Na tabela também podemos observar que a medida em que aumenta a faixa de renda o percentual de consumidores diminui, por isso, na faixa de até 10 salários mínimos o número desce para 5.0% , e acima de 10 salários diminui para 3.5%. Aqueles que aparecem como sem renda se declaram como estudante, estão desempregados, ou vivem de fazer “bicos”.

Renda mensal	n° de pessoas	%
Sem renda	11	9.5
Menos de 1 salário mínimo	16	14.0
Até 2 salários	43	37.0
Até 5 salários	36	31.0
Até 10 salários	06	5.0
Mais de 10	04	3.5
*Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Apesar do acarajé ter suas origens atrelada ao Candomblé, apenas, 31.0% dos pesquisados declararam ter vínculo ou freqüentar a religião afro brasileira. A maioria, 69.0% disse não ter ligação com a religião, entretanto, sabe que a iguaria é comida de santo. Desse grupo, dois pesquisados, na pergunta: “Sabe qual é seu orixá ?” responderam, Jesus. Interpretamos essa resposta como uma maneira indireta de se identificar como evangélico.

Freqüenta ou possui algum vínculo com o Candomblé?	n° de pessoas	%
Sim	36	31
Não	80	69
*Total	116	100%

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Antes de avaliarmos as respostas referentes à freqüência com que se consome o acarajé, gostaria de explicar que o uso do temo raramente, serve para englobar respostas que dão a idéia de intervalos de tempo muito distantes (uma vez por ano, uma vez na vida, quase nunca etc..), enquanto “várias” abrange de 4 vezes em diante.

Dessa forma temos os seguintes resultados: 63.0% das pessoas consultadas consomem acarajé 1 ou 2 vezes por semana. Enquanto 37.0% dos consumidores dividem-se em variadas situações. Destes, 18.0% raramente comem acarajé. Os grandes aficionados representam apenas 5.0% dos degustadores.

Quanta vezes come acarajé	n° de pessoas	%
1 vez	46	40.0
2 vezes	27	23.0
03 vezes	08	7.0
1 vez por mês	04	3.5
Varias	06	5.0
Raramente	21	18.0
Come outras coisas	04	3.5
*Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Em relação ao dia preferido para saborear o acarajé, 58.0% dos pesquisados apontaram o final de semana, e 42.0 % declaram não ter dia específico, portanto, o consomem quando têm vontade. Os consumidores de final de semana estão englobados entre os dias de sexta feira, sábado e domingo; Os outros nos demais dias.

Dias preferidos	n° de pessoas	%
Final de semana	67	58.0
Qualquer dia	49	42.0
*Total	116	100

Fonte: Pesquisa de campo

*valores aproximados

Na questão referente à motivação, com que faz que eles escolham este ou aquele acarajé, 77.0% disseram ser impulsionados pela qualidade do produto. O preço e a qualidade aparecem em segundo lugar para 19.0%, enquanto o preço é fator determinante apenas para 4.0%.

A escolha depende do	N° de pessoas	%
Preço	05	4.0
Preço\qualidade	22	19.0
Qualidade	89	77.0
*Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

*valores aproximados

Em relação ao local onde o consumidor prefere comer acarajé, três opções apareceram com maior percentual: na vendedora do meu bairro, 19.0%; 24.0 % não têm

preferência, compra em qualquer tabuleiro (muitos fizeram questão de frisar que repararam a higiene), e nos tabuleiros famosos do bairro do Rio Vermelho, 22.5%. Os 34.5% restantes deram respostas diversas: na praia, na Estação da Lapa, em Cira e Regina. O fato que me surpreendeu é não ter havido demonstração de fidelidade entre os consumidores e as vendedoras dessas localidades.

Locais preferidos	nº de pessoas	%
Não tem preferência	28	24.0
Rio Vermelho	26	22.5
Na baiana do bairro	22	19.0
Outros	14	12.0
Na praia	08	7.0
Regina	07	6.0
Pelourinho	05	4.0
Cira	03	2.5
Perini	02	2.0
Na Lapa	01	1.0
Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

A tabela abaixo demonstra que 74.0 % dos consumidores preferem o acarajé completo, ou seja, composto todos os acompanhamentos (salada, camarão, vatapá e caruru), entretanto, pude identificar no discurso de muitos consumidores que o termo “completo” significava também exclusão de algum item indesejado. Daí a frase: “tudo, menos...” caruru, vatapá, salada e pimenta, abrir espaço para muitas exclusões. Contudo, apenas 13.5% declararam claramente não gostar do caruru, dentro do acarajé.

Com tantas observações, foi possível perceber que dentre os acessórios que acompanham o acarajé, o caruru foi o mais rejeitado e depois a salada. O camarão, quando rejeitado, geralmente é por causa do valor, ou por questões referentes à intoxicação alimentar. Segue a tabela abaixo:

Acompanhamentos	nº de pessoas	%
Completo	86	74.0
Só com vatapá	04	3.5
Só com salada	08	7.0
Com vatapá, salada e camarão	16	13.5
Com vatapá, salada e caruru	01	1.0
Puro	01	1.0
Total	116	100

Fonte : Pesquisa de campo

No que se refere aos resultados obtidos nesse item, a tabela deve ser interpretada levando em consideração que cada item deve ter como referencial o universo total de consumidores, visto que o consumo não se restringe apenas a um item especificamente.

No tabuleiro, o abará é o segundo produto mais consumido; Seguido pela passarinha, depois pelo bolinho de estudante, e logo após pela cocada. Os itens menos consumidos são o peixe-frito e o doce de tamarindo.

Produtos que consomem além do acarajé	nº de pessoas
Abará	64
Passarinha	63
B. de estudante	43
Cocada	37
Peixe	15
Doce de tamarindo	01

Fonte : Pesquisa de campo

CONSUMIDORES DO RIO VERMELHO

Podemos afirmar que a maior parte dos consumidores de acarajé frequentadores do Rio Vermelho, têm entre 20 e 39 anos, eles representam 75 % dessa população. Aqueles com 40 anos em diante correspondem a 22.5% dos frequentadores. Desse público, 75% é do sexo feminino, enquanto 25% do sexo masculino.

Faixa Etária	nº pessoas	%
Menos de 20	01	2.5
20 – 29	13	32.5
30 – 39	17	42.5
40 – 49	05	12.5
50 em diante	04	10
Total	40	100

Fonte: pesquisa de campo

Sexo	nº pessoas	%
Masculino	10	25
Feminino	30	75
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Apesar do bairro ser um dos pontos turísticos da cidade, no período da pesquisa constatamos que 92.5% dos frequentadores das praças são soteropolitanos vindo dos mais diversos bairros. Encontramos pessoas moradoras dos dois extremos da cidade, Itapuã até a Ribeira. Apenas 2 pessoas residiam em outros estados, um morador do Recife, outro do Rio de Janeiro, ambos de férias na cidade. O morador de Recife que tem 35 anos e trabalha como comerciante fez a seguinte declaração: “ não sou muito fã, na minha cidade tem, mas só como acarajé quando estou aqui em Salvador”

Naturalidade	Nº pessoas	%
Salvador	37	92.5
Outros estados	02	5.0
Outras cidades da Bahia	01	2.5
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Entre os frequentadores do local encontramos pessoas vindas de diversos bairros como: Imbuí, Itapuã, Brotas, Ribeira entre outros. O curioso é que nessa pequena amostra não identificamos nenhum morador do próprio bairro.

Diante dos dados, podemos perceber que em relação ao nível de escolaridade, 40% do público pesquisado concluiu o ensino médio, enquanto 30% um curso de nível superior. Os 30% restantes se enquadram nas demais categorias, como mostra a tabela abaixo:

Grau de escolaridade –Nível	nº pessoas	%
Fundamental Incompleto	04	10
Fundamental Completo	03	7.5
Médio Incompleto	01	2.5
Médio Completo	16	40
Superior Incompleto	04	10
Superior completo	11	30
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Dos 40 pesquisados, apenas 1 declarou não possuir nenhuma fonte de renda, enquanto 39 deles, desenvolvem algum tipo de atividade remunerada. Dentre essa população ativa encontramos profissionais da área de arquitetura, engenharia,

enfermagem e pedagogia Assim como auxiliares administrativos, segurança, cozinheiros, vendedores, recepcionistas e comerciários.

Constatamos que 90% da população economicamente ativa ganha de 1 a 5 salários mínimos, ou seja, entre R\$ 415,00 e 2.075,00. Enquanto 7.5% têm rendimentos até R\$ 4.150,00. Para demonstrar o panorama geral apresentamos a seguinte tabela:

Renda	n° pessoas	%
Sem renda	01	2.5
Até 2 salários	17	42.5
Até 5 salários	19	47.5
Até 10 salários	03	7.5
Total	40	100

Fonte:Pesquisa de campo

Em relação à vinculação religiosa com o candomblé, 87.5% disseram não ter vínculo com a religião, enquanto 12.5% declaram-se vinculados a ela. Entretanto, todos os pesquisados disseram saber que a iguaria é também comida de orixá.

Freqüente ou possui algum vínculo com o candomblé	n° pessoas	%
Sim	05	12.5
Não	35	87.5
Total	40	100

Fonte:Pesquisa de campo

Entre os consumidores 42,5% raramente o comem, enquanto 37,5% apenas usufruem a iguaria uma vez por semana.

Quantas vezes por semana vc. come acarajé	N° pessoas	%
1 vez	15	37.5
02 vezes	05	12.5
03 vezes	03	7.5
Raramente	17	42.5
Total	40	100

Fonte:Pesquisa de campo

Quanto ao dia preferido, 70 % do público come acarajé nos finais de semana, a partir da sexta-feira, principalmente após o expediente de trabalho. Os 30% restantes declararam que não tem dia certo, bastava estar com vontade e ter dinheiro no bolso.

Quais dias	n° pessoas	%
Qualquer dia	12	30
Final de semana	28	70
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Antes de comentar o resultado referente ao local preferido acho necessário que se faça um esclarecimento em relação à divisão do número de questionários aplicados por vendedoras. Como trabalhamos com universo de 40 pessoas, a princípio a idéia era que em cada local nós aplicássemos a mesma quantidade de questionários, ou seja 13 para o público de Cira, 13 para o de Dinha e 14 para os de Regina. Nos dois primeiros espaços não tivemos problemas, pois a clientela era abundante, mas o entrave surgiu por que Regina não tem o mesmo volume de venda que as demais, por isso, para finalizar o trabalho foi necessário que se redistribuísse os questionários. Feito o remanejamento, obtivemos o seguinte resultado: dos 40 pesquisados, 27 declaram preferir o acarajé de Cira, tanto no Rio Vermelho quanto em Itapuã, 10 preferem o acarajé da Dinha, e 3 o da Regina. A pesquisa mostrou que cinco desses consumidores, têm como referência de bom acarajé, o do próprio bairro. O acarajé de Cira também foi escolhido numa pesquisa feita em abril de 2008, pelo jornal A Tarde on line, que elegeu, através de votação pela Internet o melhor acarajé de Salvador.

Ainda comentando o resultado da pesquisa de campo, apesar de concordar com o resultado da pesquisa, na minha opinião além do marketing, os acarajés da Dinha e da Cira têm a seu favor a localização. Tanto um quanto, outro estão fixados em grandes calçadas rodeados de bares. Já o acarajé da Regina, apesar de ser considerado de “grife” e estar no Rio Vermelho, não está localizado tão bem quanto os demais.

Locais preferidos	N pessoas	%
Cira (no Rio Vermelho e em Itapuã)	27	67.5
Dinha	10	25
Regina	03	7.5
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Apesar do acarajé vendido naquelas localidades serem considerados um dos mais caros da cidade (R\$ 3,50 completo), contraditoriamente, 65% dos consumidores disseram que fazem sua escolha baseada no preço, enquanto, 32.5 % na qualidade. Isso nos leva a concluir que embora esses consumidores estabeleçam sua escolha privilegiando o preço, ali estavam comendo um dos acarajés mais caros de Salvador. Enfim, nem sempre o que se diz, é o que se faz.

A escolha depende	nº pessoas	%
Preço	26	65
Qualidade	13	32.5
Preço e qualidade	01	2.5
Preço\qualidade	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

No item referente aos acessórios (vatapá, salada vinagrete, camarão, caruru) que acompanham o acarajé destacamos que 27 dos pesquisados disseram que preferem comer o acarajé completo, ou seja, com todos os acompanhamentos, alguns inclusive com pimenta. Entretanto, 7 consumidores declararam que não gostam da maioria dos acompanhamentos (salada, vatapá e caruru), preferem apenas camarão. 4 deles gostam apenas de um pouco de salada. E 2, que comem o bolinho, acompanhado apenas do vatapá. Vale destacar que o tabuleiro de Cira não oferece o caruru como acessório.

Como que acompanhamentos prefere vc comer o acarajé	nº pessoas	%
Com todos – completo	27	67.5
Só com camarão	07	17.5
Só com salada	04	10
Só com vatapá	02	5
Total	40	100

Fonte: Pesquisa de campo

Dos itens salgados, o abará aparece como a segunda iguaria mais consumida, depois do acarajé e, em terceiro a passarinha. No quesito dos doces, o mais vendido é o bolinho de estudante e depois a cocada.

Produtos que consomem além do acarajé	
Abará	22
Passarinha	16
B. de estudante	09
Cocada	05
Peixe	02

Fonte: Pesquisa de campo

Em relação aos consumidores, constatamos ser o acarajé uma das poucas comidas de azeite que fazem parte da dieta alimentar dos baianos (LIMA, 1997). Entretanto, devido ao alto teor calórico, seu consumo acontece é no geral uma vez por semana, preferencialmente nos finais de semana, nos momentos de lazer e descontração. Essa predileção dos soteropolitanos pela iguaria é que faz com que se mantenha o aquecimento do mercado do acarajé, inclusive daqueles considerados de “grife”.

A maioria das pessoas que consomem acarajé esta situada na faixa etária entre 20 e 39 anos. Após essa faixa percebemos que o consume decresceu. O que pode indicar que a partir dessa idade, por questão de saúde, o consumidor é mais precavido em ingerir comidas gordurosas.

Comparando o grupo dos consumidores do Rio Vermelho com os do Centro, percebemos que os dois se distinguem em vários aspectos: o público do Rio Vermelho declara que o principal motivador na escolha do acarajé era o fator preço, entretanto, os acarajés vendidos naquela localidade são um dos mais caros da cidade. Já, os consumidores do Centro declaram se importar mais com a qualidade, no entanto, segundo as vendedoras do local as “promoções” de acarajés, são o que mais atraem os consumidores.

Outra diferença que percebemos entre os dois grupos de consumidores foi a questão da fidelidade com a quituteira. No Centro, quando perguntado sobre o seu local preferido para comer acarajé, nenhum deles citou a vendedora em que estava comprando acarajé naquele momento. As referências que obtivemos sempre se direcionavam a outra vendedora, em outros locais. Apesar desse distanciamento, no ranking das mais citadas, apareceram às quituteiras do Pelourinho e da Estação da Lapa, em frente entrada do Shopping Piedade, gerenciado por Maria do Carmo. O público do

Rio Vermelho mostrou-se mais fiel nas suas preferências elegendo, quando não o acarajé do local onde estava no momento, outra quituteira da região. Daí obtivemos o seguinte resultado: com maioria absoluta de 67.5% para o acarajé de Cira, logo em seguida o de Dinha (25%) e por último o de Regina(7.5%).

Em relação à questão dos acompanhamentos (accessórios) servidos com o acarajé. Contatamos que 156 consumidores pesquisados, equivalentes a 72.5%, preferem comer a iguaria completa, ou seja, com todos os acessórios. E 27.5% dispensam algum tipo de recheio, seja por uma questão de gosto ou de saúde. Dos acompanhamentos, o caruru foi o mais rejeitado pelos consumidores. Inclusive pude observar que algumas vendedoras já o excluíram do cardápio, por não ser muito requisitado.

No item referente à identidade da iguaria, constatamos que todos os pesquisados sabem que o quitute é de origem africana e da sua vinculação com a religião dos orixás. Mas, isso não quer dizer que a conheçam com profundidade. Vale explicar que no Centro o índice de freqüentadores foi significativo, (31%), já no Rio Vermelho foi insignificante (5%).Ou seja, no Centro, o numero de pessoas ligadas à religião é maior que no Rio Vermelho. Portanto, podemos concluir que não existe uma relação entre ser ou freqüentar o candomblé e comer acarajé.

Os evangélicos, que são consumidores mais radicais, também o comem, porém, recorrem aos tabuleiros de vendedores evangélicos. Os adeptos do candomblé, também preferem comprá-lo em vendedoras pertencentes à religião. Já os demais consumidores, fazem sua escolha baseada na qualidade e no preço, sem observar a vinculação religiosa da vendedora.

Sobre o as condições sócio-econômicas ficou demonstrado que 97.5% dos consumidores do Rio Vermelho exercem alguma atividade remunerada, apenas 2.5% se declaram desocupados ou sem renda. No Centro, ele sobe para 9.5%, e ainda aparece uma outra categoria: os que ganham menos de um salário mínimo através dos “bicos”, estes representam 14%. Nas duas áreas, a maior parte dos consumidores se enquadra na faixa de ganho entre 1 e 5 salários mínimos. Diferente do que esperávamos, as pessoas que disseram receber mais de 10 salários foram encontradas no Centro , não no Rio

Vermelho. A maior diferença entre um público e outro se dá na escolaridade, não na renda.

CONCLUSÃO

No decorrer dos últimos 200 anos, desde a menção inicial do petisco em Vilhena, o acarajé passou por grandes transformações que influenciaram a sua produção e consumo. No âmbito da produção podemos citar que passou pela técnica do “ralar”, muito bem documentado por Querino (QUERINO, 1988), e hoje incorpora ao seu processo, as sofisticadas máquinas que além de otimizarem o tempo e aumentarem a produção, abriram espaço para um novo nicho de negócio no ramo da massa pronta.

No que se refere ao consumo podemos observar que o acarajé pela sua versatilidade pode servir tanto de almoço, quanto de merenda, como de salgadinho. Sua finalidade influenciou no seu tamanho, por isso, quando usado como salgadinho adotou-se o tamanho mini (LIMA, 1997). Já no dia-a dia quando ele serve de almoço ou merenda ele tem o tamanho médio, e é servido geralmente acompanhado de uma variedade de molhos. Segundo Hidelgardes Vianna estes acessórios começam ser incorporados ao bolinho por volta da década de 1950, até então o quitute tinha como único molho a pimenta. Dessa forma ele foi acrescido do vatapá, do camarão, o molho de pimentão e do molho de tomate (VIANNA, 1963). Estes dois, últimos com o passar do tempo se fundiram e passaram a compor o “molho vinagrete” hoje muito difundido nos tabuleiros. Tem-se também como acompanhamento o caruru, e mais recentemente, a carne de soja e a carne moída.

Sabemos também que vender acarajé não se configura mais numa atividade exclusivamente feminina, nem limitada por fronteiras religiosas. Os homens há mais de uma década adentraram no mercado, tão profissionais e qualificados quanto às mulheres. Na rua os evangélicos, os católicos e o “povo de santo” dividem o mesmo espaço e disputam o mesmo mercado, cada qual se valendo da estratégia e marketing que lhe é possível.

Em relação ao vínculo da atividade com a religião dos orixás, podemos dizer que a tendência à separação apontada por Zahidê Machado Neto e Célia Braga em 1977 (MACHADO NETO E BRAGA, 1977) se concretizou. Aventuram-se no mercado pessoas de ambos os sexos, raça e religião, desde que tenham qualificação e coragem

para tal. Em 1977 as autoras concluíram que o percentual de indivíduos que adentravam na atividade tinham poucos anos de escolaridade, e, portanto, sem muita possibilidade de se encaixarem em setores formais da economia. Em 2007 a situação se aguçou mais ainda em relação ao mercado de trabalho. Daí, o amento significativo das vendedoras de acarajé.

No decorrer dos anos, sobretudo mais recentemente, outro fator veio a “alimentar” o aumento da população envolvida com acarajé. A idéia de lucro e sucesso passado pelas “super vendedoras” famosas fez com que num intervalo de 30 anos o número de vendedores de acarajé passasse de menos de duas centenas em 1977, para quase três mil, isso sem contar as que não são cadastradas na SESP, além dos bares, restaurantes e delicatessens que comercializam o produto. O inchamento do mercado faz com que a maioria das vendedoras amargue a baixa lucratividade e vejam o acarajé como uma atividade de subsistência. A ABAM consciente da situação tenta limitar a entrada de novas vendedoras no mercado, apoiando-se no argumento da tradição, como instrumento legitimador para liberação da licença.

Apesar de parecer um “chavão”, comer acarajé é um habito que se perpetua em todas as camadas da população soteropolitana. Por isso, os consumidores do bolinho são encontrados em todas as classes sociais. Entre o público das classes mais elevadas, é comum, nos eventos sociais adotar-se a presença de uma vendedora tipicamente vestida, servindo e fritando a iguaria à vista dos convidados.

Para finalizar chamo atenção que nesse processo de perdas e ganhos, há elementos que desaparecem, outros que se mantêm, e alguns que se transformam. No caso do acarajé de hoje podemos identificar traços do passado através da presença do azeite como elemento primordial utilizado pra o seu preparo, do seu vinculo com a religião afro brasileira, e por fim na população que o comercializa que continua a ser majoritariamente negra e pobre.

REFERENCIAS

- ARGOLO**, Jussara. *Porque não o baiano?* Pesquisa de Opinião Pública.Salvador; FACS; 1996.
- ACARAJÉ** produzido. A Tarde. Tempo Presente. 17 de abril de 2004.
- ACARAJÉ** de soja. Disponível em: <http://www.kodilar.com.br/receitas/c/r/je.htm>. Acesso em agosto 2007.
- ACARAJÉ** de milho verde. Disponível em: <http://www.nestle.com.br>. Acesso set 2007
- BACELAR**, Jéferson. *A hierarquia das raças.Negros e brancos em Salvador*. Rio de Janeiro; Pallas. 2001.
- BASTIDE**, Roger. *O Candomblé da Bahia*.São Paulo;Cia das Letras;2001.
- BENEDITO**. Julio César -Simbiose Ritualística e Espetáculo Religioso no Distrito Federal; Instituto Brasileiro de Antropologia.2005.
- BOCHIOCCIO**, Regina. *Acarajé frito com raio de sol*. disponível em: <http://br.groups.yahoo.com/group>. Acesso em junho 2008.
- CABRAL**, Paulo. *Baianas misturam acarajé com política nas eleições*. Disponível em: <http://bbc.co.uk.202/portuguese/noticias/2002>. Acesso em março 2007.
- CAMPOS**, J. da Silva. *Ligeiras notas sobre a vida intima, costumes e religião dos africanos na Bahia*.In: Anais do Arquivo Público do Estado da Bahia. Salvador: Imprensa Oficial, v. 29, p.291-309.1943.
- CASUDO**, Luis Câmara.*Historia da alimentação no Brasil*. 3ª ed. São Paulo;Global. 2004.
- CARNEIRO**, Edson. *Ladinos e crioulos*.Rio de Janeiro.Vozes; 1976.
- _____ (2002) *Candomblés da Bahia*.Rio de Janeiro;9ª edição.Rio de Janeiro; Civilização Brasileira.
- CIDO DE ÒSUN** Eyin. *Pai Acaçá\ Pai Cido de Òsun Eyin*;São Paulo; Arx. 2002.
- TEIXEIRA**, Ede conceição Bispo . *Conduzindo um balaio.O comercio ambulante de Salvador(1910-1920)*.Salvador; 2005. Apresentada como trabalho final da Especialização do Ensino e Historia da Cultura afro-Brasileira, promovido pela APLB e Fundação Visconde de Cairu.

DIAS, Tânia. *Baiana do acarajé, negócios locais, negócios globais.* In: Pré Textos para discussão\ UVIFACS. Universidade Salvador. Coordenadoria de pesquisa Ano I, v.1(julho\dezembro 1996) Salvador; UNIFACS,1996.

DOUGLAS, Mary. *Pureza e Perigo.*Coleção debates Antropologia, n °120. São Paulo; Perspectiva. 1976.

FARELLI, Maria Helena e SILVA, Nilza Paes da. *Comida de Santo, obrigação e oferenda aos orixás.* Rio de Janeiro; DISFUL. 1980.

FERREIRA FILHO, Alberto Heráclito. *Quem pariu e bateu que balance!/: mundos femininos, maternidade e pobreza em Salvador, 1890-1940.* Salvador ;CEB. 2003.

FRANCO, Tasso.*O Trancelim da baiana.*Rio de Janeiro;Relume Dumará. 2002.

FRANCISCO, Luiz. *Vereador quer limitar venda de acarajé em Salvador.* Ba.Agência Folha em Salvador.Salvador. Disponível em: <http://www.celacanto.blogspot.com/30/09/2001-celacanto-archive.html>;Acesso em: Março 2005.

GUMUCIO, Cristián Perker – Globalização, diversidade religiosa e democracia multicultural- Religião e sociedade, vol n° 1.1999.

HOLANDA, Aurélio Buarque. *Dicionário - versão 3.0.* Nova Fronteira.

HOMERO, Vilma. *Guerra santa do acarajé.* Rio de Janeiro, Cantagalo. Disponível em:<http://www.vivafavela.com.br/24/03/2004>. Acesso em abril de 2005.

JESUS, Ericivaldo Veiga. *A cozinha baiana do restaurante do SENAC do Pelourinho-Bahia: Mudança de contexto e atores.*Tese Doutorado – Ciências Sociais PUC\SP. 2002.

JESUS, Nadia. *O que é que a baiana tem.* publicado 29 outubro de 2005. Disponível em:<http://www.agenciabaiana.com/modules> . Acesso: outubro de 2005

LAROCHE, Maximilien. *Akará,akra, acarajé: o gosto da África nas Américas.*In: LAROCHE.M; SCHEINOWITZ, C. OLIVEIRA, H.(orgs). Haiti 200 anos de diáspora e utopias de uma nação americana. Feira de Santana; UEFS. 2004.

LIMA, Fabio Batista. *Os candomblés da Bahia. Tradições e Novas tradições.* Salvador;Arcádia. 2005.

LIMA, Vivaldo da Costa. *As Dietas africanas no sistema alimentar brasileiro.*In: CARDOSO, C.;BACELAR, J. (orgs) Faces da tradição afro- brasileira religiosidade, sincretismo, anti-sincretismo, reafrikanização. Salvador: 2ªed.2006.Pallas.

_____ (1998) *Oferendas e sacrifícios: uma abordagem antropológica.*In Historia Natureza e Cultura. Parque Metropolitano de Pirajá. Coleção Cadernos do Parque.Ed. Parque. Salvador.

_____ (1997) *Etnocenologia e etnoculinária do Acarajé*. In: GREINER C.; BIÃO, A. (orgs.) *Etnocenologia textos selecionados* São Paulo: Annablume, 1999, 194 p.

_____ (1995) *Para uma antropologia da alimentação*. In Revista UFBA Alteridades, n 2, abril\setembro 95. Bahia .

_____ *Um boicote de africanas na Bahia do século XIX*, In: Revista da Bahia, vol. 30, nº 15, dezembro de 89\fevereiro 90. Empresa Gráfica da Bahia

LODY, Raul. *Santo também come*. Rio de Janeiro. 2 Ed. Pallas. 1998.

_____ (1993) *Tem dendê, tem axé. Etnografia do dendezeiro*. Rio de Janeiro. Pallas.

_____ (1983) *O que é que a baiana tem*. Fundação Nacional de Arte.

_____ *O rei come quiabo e a rainha come pimenta*. In. Leopardo dos olhos de fogo- escritos sobre religião dos orixás – VI . Org: Carlos Eugênio Marcondes de Moura. Ateliê Editorial.

MACEDO, Bispo. *Orixás, Caboclos e Guias, Anjos ou Demônios*. 1996

MACHADO NETO, Zahidê; **BRAGA**, Célia. *Bahianas de Acarajé: uma categoria ocupacional em redefinição*. Salvador; UFBA. 1977 (mimeo).

MARIANO, Agnes. *Acará, bolinho feito de feijão fradinho é vendido nas ruas desde o século XIX*. Correio da Bahia. Salvador. Disponível em: <http://www.correiodabahia.com.br/2003/01/31/noticias.asp> . Acesso em agosto 2006

MARTINI, Gerlaine Torres. *Baiana do acarajé: a uniformização do típico em tradição culinária afro-brasileira*. 2007. Tese (doutorado em antropologia) Universidade de Brasília. Brasília. Disponível em: <http://www.> Acesso em junho de 2008.

MATOS, Sidnei. "Acalajé" e "Sululu" com sotaque chinês. *Jornal da Facom*. Salvador, 2006. Disponível em: <http://www.facom.com.br>. Acesso em : dez. 2007.

MATOSO, Kátia Queiroz. *Bahia do Século XIX: uma província no Império*. Rio de Janeiro; Nova Fronteira. 1992.

_____ (1978) *Bahia: a cidade do Salvador e seu mercado no século XIX*. São Paulo. 1 ° HUCITEC; Salvador; Secretaria Municipal de Educação e Cultura. 1978.

MENDES, Luiz Antonio Oliveira de. *Memórias a respeito dos escravos e tráfico da escravatura entre a Costa da África e Brasil*. Lisboa. A Real Academia das Ciências de Lisboa; Publicações Escorpião. 1793.

MOURA, Marjorie. *Pratos grelhados são versáteis e light*. A Tarde. Salvador. Com e Bebes, p. 5. publicada em : 15 abril. 2007.

_____ *Musica na despedida a Dinha do Acarajé*. A Tarde. Salvador, p.13. publicada em 17 maio 2008.

OLIVEIRA, Hermes Cerqueira de. *Akará :uma estratégia de emancipação cultural e econômica do afro-descendente*. Monografia (Especialização no Ensino Historia e da Cultura Afro Brasileira) 51 p.; Fundação Visconde de Cairú e APLB.;Salvador. 2006.

PEIXOTO, Afrânio. *Breviário da Bahia*. Salvador;Livraria AGIP Editora. 1945.

PESSOA DE CASTRO, Yeda. *Falares africanos na Bahia- um vocabulário afro brasileiro*. Rio de Janeiro; Topbooks; 2002.

PORTO FILHO, Ubaldo Marques -“*Dinha do acarajé*”- Disponível em:[http\www.acirv.org\hp\revista.asp](http://www.acirv.org/hp/revista.asp). Acesso em março 2008

PRITCHARD E, Evans. *Bruxaria, oráculos e magia entre os Azande*. Rio de Janeiro; Zarah Editor.

QUERINO, Manoel. *Costumes Africanos no Brasil*; **LODY**. R. (org). Recife. FUNDAJ. Massangana.2ª ed.1988.

RADEL Guilherme. *A cozinha africana na Bahia*. Salvador.2006

RAMOS, Cleidiana. *Prêmio para as senhoras do sabor e saber*. A Tarde. Salvador.06 04. 2008,.p.11.

_____ *Dia dos festejos para as baianas de acarajé*. A Tarde.Salvador, 25.11, 2002, p. 8.

REIS, João José. *A greve negra de 1857 na Bahia*. In Revista USP, Dossiê Brasil\ África.São Paulo; Editora Revista USP.Edição junho, julho, agosto. 1993.

RELATÓRIO da Fiscalização Municipal.Arquivo Público Municipal. n.49 de 1917

RIBEIRO, Póla. *Axé do Acarajé ou Quinzila de Oxalá*. FCP do Ministério da Cultura Bahia.Salvador, 2006.

RIOS, Márcia. *Quem botou grife no acarajé?Uma reflexão sobre identidade nacional*.Revista Análise e dados. Salvador SEI.v.9, n 2, p.45-46.setembro 1999. Disponível em:[http\www.sei.ba.gov.br\publicacoes\publicacoes](http://www.sei.ba.gov.br/publicacoes/publicacoes). Acesso em dez. 2006.

RODRIGUÊ, Maria das Graças Santana. *Orí Apéré Ó: O ritual das águas de Oxalá*. São Paulo; Sammus. 2001.

RODRIGUES, Nina. *Os africanos no Brasil*. Rio de Janeiro. Brasiliiana, 3ª ed, série 5ª, volume 9, Cia Editora Nacional. 1945.

SALVADOR. Diário Oficial do Município. Atos do poder executivo .25 de novembro de 1998.

SANCHIS, Pierre – *Religiões, religião...Alguns problemas do sincretismo no campo brasileiro* .In; Sanchis, Pierre(org) Fies e Cidadãos: percursos de sincretismo no Brasil, Rio de Janeiro, Ed, EFRJ;2001

SANTOS, Jocélio Teles dos. *O dono da terra.O caboclo nos candomblés da Bahia.* Salvador.Salvador. Sarah Letras.1995.

SEVERINO, Antonio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico.*22 e. ver. E ampl. De acordo com a ABNT. São Paulo. Cortez. 2002.

SOARES, Cecília Moreira. *As Ganhadeiras: mulheres e resistência negra em Salvador no século XIX.*Salvador. Revista Afro Ásia nº 17 , 1996.

SOUZA JUNIOR, Vilson Caetano. *A representação do dia que o mundo pegou fogo.* In Textos e Contextos.Salvador. FIB - Faculdade Integrada da Bahia, v. 1, nº1, Ed. da Faculdade Integrada da Bahia, 2003.

_____ *A cozinha, os orixás e os truques: entre a invenção e a recriação onde o tempo não pára...*PUC- São Paulo.Trabalho apresentado no seminário temático ST03 "Os afro-brasileiros".VIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina São Paulo, 22 a 25 de setembro de 1998

_____ *Akarajé: Uso e abusos das mulheres de saia e do povo do azeite.* 1997 Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) PUC. São Paulo.

SYLVIA , Verônica; *Prefeitura dá prazo para bata, saia e torço.* Salvador. A Tarde.Local, p. 9. publicada em 11 nov.2005.

_____ *Vai um acarajé quentinho.* A Tarde. Salvador.Local. p. 9. Publicada em 16 mar. 2004.

TAVARES, Odorico. *Bahia da Terra e do Povo,* 1951.2 ed. Revisis. Livraria Jpsé Olympio Editora.

TORREÃO, Luisa. *Começa a retirada de 45 barracas inacabadas.* A Tarde. Salvador, p. 4. Publicado em : 8 nov. 2007.

VEIT, Mara Regina. *Historias de Sucesso- experiências empreendedoras* . Sebrae. Belo Horizonte. 2003. Disponível em: [http\\www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br). Acesso em marco 2006.

VERGER, Pierre. *Noticias da Bahia de 1850.* NOBREGA.M (trad.).Salvador. Currupio, 2ªed.1999.

_____ (1987). *Fluxo e Refluxo do tráfico de escravos entre o Golfo do Benin e a Bahia de todos os santos: do século XVII a XIX*. Tradução Tasso Gadzanis, São Paulo; Currupio, 1987.

_____ (1954) *Dieux d'Afrique*. Editions Revue Noir; Paris. 1954.

VIANNA, Hidalgardes. *A Bahia já foi assim. (crônicas e costumes)*. Salvador. Itapuã, 1973.

_____ (1963) Breve notícias sobre a cozinha baiana. In Antologia da Alimentação no Brasil (organizado por) Luís da Câmara Cascudo. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1977.

VIEIRA, Antonio. *Akará-jé. O mesmo que comer fogo*. Salvador. Literatura de Cordel, 2003.

VILHENA, Luis dos Santos. *A Bahia no século XVIII*. Salvador. Itapuã, volume I, 1969.

Entrevistas:

Entrevista com Manoel Antonio em maio de 2007

Entrevista feita com Mário Rocha de Araújo da “Tropicana Especiaria”

Entrevista feita com Eliseu Andrade Barreto – “Zeus Massa Pronta” em maio 2007

Entrevista feita com Pedrilson Silva Souza – “Souza Massa Pronta” em maio 2007

Entrevista feita com José Clarindo Bittencourt – em maio 2007

ANEXOS

QUESTIONÁRIO

1-IDADE _____ SEXO MASCULINO() FEMININO ()

2-BAIRRO ONDE MORA _____PROFISSÃO _____

PAIS DE ORIGEM _____ CIDADE ONDE MORA _____

3-GRAU DE INSTRUÇÃO _____

4-RENDA:

() MENOS DE UM SALÁRIO MÍNIMO

() ATÉ 2 SALÁRIOS MÍNIMOS

() ATÉ 5 SALÁRIOS MÍNIMOS

() ATÉ 10 SALÁRIOS MÍNIMOS

() MAIS DE 10 SALÁRIOS MÍNIMOS

4-FREQÜENTA CANDOMBLÉ ? : SIM () NÃO ()

5-SABE QUAL É SEU ORIXÁ ? SIM () QUAL _____ NÃO()

6-QUANTAS VEZES POR SEMANA VC. COME ACARAJÉ _____QUAL(IS) DIA(S) ?

7-QUAIS LUGARES VC. PREFERE COMER ACARAJÉ ? _____

8-A ESCOLHA DO LOCAL DEPENDE DO PREÇO OU DA QUALIDADE ?

() PREÇO

() QUALIDADE

9-COM QUAIS ACOMPANHAMENTOS VC. PREFERE COMER O ACARAJÉ ?

() COMPLETO (VATAPÁ, SALADA, CARURU , CAMARÃO E PIMENTA)

() COMPLETO (VATAPÁ, SALADA, CARURU , CAMARÃO SEM PIMENTA)

() COM SALADA

() COM VATAPÁ

() COM CAMARÃO

() COM CARURU

() OUTRO _____

10-ALÉM DO ACARAJÉ, QUE OUTROS PRODUTOS QUE VC. CONSOME ?

() ABARÁ

() BOLINHO DE ESTUDANTE

() COCADA

() PASSARINHA

() PEIXE-FRITO

() OUTROS _____

QUESTIONÁRIO:

Data da entrevista _____

1. Localização do tabuleiro _____

2. Vendedor _____

Idade _____

sexo _____

Grau de escolaridade:

 fundamental completo fundamental incompleto- até que série ? _____ nível médio completo nível médio incompleto- até que série ? _____ curso superior completo curso superior incompleto qual ? _____

Bairro onde mora _____

Casada solteira outros _____ n° de filhos _____Mantêm a família somente com a venda do acarajé? sim não

A família tem outra fonte de renda ? qual _____

E a sua família é composta de quantas pessoas ? _____

 marido filhos sobrinhos netos outros _____

—

Quantas pessoas trabalham na confecção e venda do acarajé? _____ Em
quais funções ? _____

Fazer acarajé é uma tradição de família ? sua mãe ou avó já vendiam acarajé antes de
vc? _____Vc. deseja que seu filho ou filha sigam essa profissão? sim não por quê _____

Vc. Escolheu essa profissão por questões de necessidade ou por indicação
religiosa? _____

4. Tempo que vende no local _____ Por que escolheu esse
“ponto”? _____

Como transporta os produtos para o local da venda? _____

A que hora começa o preparo do acarajé em casa ? _____ Quem o prepara ? _____

E os acompanhamentos(vatapá, salada, camarão e pimenta)? _____

Qual o horário que o tabuleiro começa a ser armado? _____

Horário de início das vendas _____

Qual o horário de maior movimento de vendas? _____

8. Produtos vendidos

() acarajé () abará () cocada branca () cocada de amendoim

() cocada “puxa” () bolinho de estudante () passarinha () peixe frito

() outros _____

9. Qual o produto que mais se vende no dia ? _____ Qual a média ? _____

10. Com quais acompanhamentos o acarajé é mais vendido?

() completo (vatapá, salada, caruru , camarão e pimenta)

() com salada

() com vatapá

() com camarão

() com caruru

() outro _____

Valor do acarajé: com camarão? _____ sem camarão? _____

IMAGENS ANEXAS

Figura 1 – Sr. Manoel – Primeiro comerciante da Feira de São Joaquim a vender a massa passada hora

Figura 2 – Salgadinhos sabor abará- vendido pelo Sr. Manoel

Figura 3 –Lavagem do feijão - Feira de São Joaquim

Figura 4 – *Feijão lavado e armazenado freezer*

Figura 5 –*Motor para processar feijão para acarajé*

Figura 6 – Zeu - comerciante de São Joaquim

Figura 7 –Produtos da Oyá Alimentos

Figura 8 –Kit Acarajé

Figura 9 – Acarajé em caixinha da Tropicana Especiaria

Todas as fotos foram retiradas pela a autora–



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9