

**BAIANA ARTESÃ E BAIANA EMPRESÁRIA: RETRATO SOBRE A TRADIÇÃO E A MODERNIDADE NO ÂMBITO DO COMÉRCIO DE ACARAJÉ EM SALVADOR-BA**

Rivea Pereira de Lima<sup>1</sup>  
Samira Coutinho Figueiredo<sup>2</sup>  
Juliede de Andrade Alves<sup>3</sup>  
Ligia Amparo da Silva Santos<sup>4</sup>

**Resumo**

A produção e comercialização do acarajé têm sofrido mudanças, desde o período em que as escravas mercavam em tabuleiros apoiados na cabeça, até aos atuais empreendimentos com produção em larga escala. Em vista dessas transformações, este estudo objetiva descrever as diferentes modalidades de organização e comercialização do acarajé na cidade de Salvador-Bahia. Para tanto foram entrevistadas baianas de acarajé e constituídas duas categorias de análise: “baiana artesã” e “baiana empresária”, como tipos referenciais para nortear a discussão. Os resultados trazem a reflexão sobre o diálogo estabelecido entre a tradição e modernidade no âmbito da cultura alimentar.

**Palavras chave:** baiana de acarajé, patrimônio cultural, tradição, modernidade e comércio.

**Introdução**

A baiana de acarajé é dos símbolos da cultura da Bahia, sendo o ofício reconhecido como patrimônio cultural imaterial pelo IPHAN (PIRES, 2008). A presença das baianas está incorporada aos cenários soteropolitanos, sendo possível encontrá-las desde ruas aos shoppings centers. Segundo Martini (2007), o acarajé, bolinho de feijão fradinho frito no azeite de dendê, começou com a ganhadeira, profissão que precede à vendedora de tabuleiro e cujo trabalho englobava a venda de gêneros alimentícios *in natura* e comidas prontas.

- 
1. Nutricionista vinculada ao Núcleo de Estudos e Pesquisa em Alimentação e Cultura (NEPAC) da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia (Enufba) - riveapl@hotmail.com
  2. Mestra em Alimentos, Nutrição e Saúde pela Enufba - samiracfs@gmail.com
  3. Acadêmica do Curso de Nutrição da Enufba - julie\_nutriufba@hotmail.com
  4. Nutricionista, Professora Doutora Adjunta da Enufba - amparo@ufba.br



Cecília Moreira Soares, autora do livro “As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador”, fez uma análise do trabalho dessas mulheres no século XIX e constatou que o ganho era utilizado para o sustento de uma grande parte das mulheres negras, inclusive as livres e libertas. Essas mulheres comercializavam seus produtos em tabuleiros, gamelas e cestas, sempre apoiados sobre a cabeça, sendo possível encontrá-las em locais da cidade destinados a feiras livres e mercados (BORGES, 2008).

As comidas vendidas por elas consistiam em pratos quentes preparados à base de miúdos de boi, farinha, feijão, carne seca e verduras. Nesse cenário, além das vendedoras de comidas, se destacavam as mulheres que comercializavam acarajé, denominadas de “preta do acarajé” ou baiana do acarajé. Ressalta-se que a venda do acarajé surge inicialmente vinculada ao candomblé, que utilizava a venda em tabuleiros e gamelas como uma estratégia de manutenção dos terreiros. Era através dessas vendas que as filhas de santos, mulheres iniciadas nos terreiros, custeavam suas obrigações com o seu orixá (BORGES, 2008).

O ganho foi sendo ritualizado e passou a sistematizar novas relações de hierarquia. Porém, a venda de acarajé não ficou restrita a esse sentido e passou a expressar a independência social e financeira da baiana de acarajé, sendo possível também, notar a inserção de novos contextos religiosos na venda do acarajé. A venda, conseqüente a essa mudança, incorpora novos valores abrangendo mais integralmente a o caráter profano, a venda (PIRES, 2008).

Nas últimas décadas do século XX, o processo de produção e comercialização do acarajé diversificou-se. Houve crescimento significativo na produção, no consumo de acarajé e alargamento das possibilidades simbólicas. A introdução de novos instrumentos de trabalho, ou a substituição dos antigos, tornou o trabalho mais rápido e menos árduo, quando o acarajé começou a ser visto com maior potencial de meio de vida.

O moinho elétrico, usado na trituração do feijão, substituiu o moinho manual e o remoto pilão de pedra. As vasilhas de plástico, as panelas de aço inoxidável, os fogareiros a gás, isopores, ventilador etc., representam algumas das inovações introduzidas. Os tabuleiros antigos feitos de madeira com sustentos entrecruzados deram lugar aos feitos de vidro sustentados por armação de alumínio, que também passaram a ser complementados por bolinhos-de-estudante, abarás, cocadas, peixe-frito e passarinha (IPHAN, 2007).

As baianas que antes se caracterizavam por andarem pelas ruas, vendendo seus produtos de porta em porta, hoje foram substituídas pelas baianas que vendem em pontos fixos, estrategicamente escolhidos para atrair um grande número de clientes (PIRES, 2008).

Com o crescimento da cidade, a venda do acarajé tornou-se uma atividade produtiva, atrativa principalmente para as mulheres das classes populares. Apesar de ser tradicionalmente atividade ou *obrigação* feminina, é possível encontrar homens desempenhando esta atividade e não só assumem o ofício, como incorporam os símbolos identitários, como as roupas de origem africana. Por razões econômicas, não os homens, mas os evangélicos buscaram espaço nesse mercado.

A venda do acarajé está imbricada ao sustento de muitas famílias, sendo significativa para a economia da cidade. Devido às boas perspectivas de lucro, esse mercado se expandiu e ultrapassou as fronteiras dos tabuleiros das baianas tidas como tradicionais, negras, do candomblé, idosa e vestidas com a indumentária típica. A iguaria passou a ser comercializada também em bares, restaurantes e *delicatessens*, além de terem surgido os chamados “*points*”, casas que se dizem especializadas no preparo da iguaria (BORGES, 2008).

O comércio do bolinho de feijão por pessoas não ligadas à religião afro-brasileira, tidas como pessoas comuns, sobre o balcão em supermercados e lanchonetes é muito questionada como uma descaracterização da venda, que é tradicionalmente feita em tabuleiros e pelas próprias baianas. Rios (1999) mostra que apesar de ainda ser pequena, hoje encontra-se a venda do acarajé a domicílio, do acarajé “zen” (feito de soja) e do quitute em sua versão light. Todas estas modificações vêm levantando discussões acerca da perda da identidade da baiana de acarajé, assim como da influência do mercado nas questões identitárias (PIRES, 2008). Segundo o IPHAN (2007), para as baianas de acarajé, a venda do alimento em outros estabelecimentos parece invasão de seu espaço e, assim, fazem uso do discurso da tradição para defender sua reserva de mercado.

Alguns acarajés também se tornaram produto de grife. 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 a 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 (BORGES, 2008).

Em vista dessas mudanças e da tentativa de preservar o ofício das baianas de acarajé e sua tradição, ainda que não sejam negadas as novas práticas, o objetivo deste estudo é descrever as diferentes modalidades de organização e dinâmica dos tabuleiros e de comercialização do acarajé na cidade de Salvador-Bahia. Para isso, analisa a existência do que chamaríamos de “baiana artesã” e “baiana empresária”. Cabe salientar que as duas categorias são apenas construções de tipos teóricos a fim de auxiliar no processo analítico e não de classificar as baianas participantes do estudo.

### **Materiais e métodos**

O presente trabalho é um estudo de cunho sócio-antropológico, sobre a produção e o consumo do acarajé que buscou através de estudos documentais, observações e entrevistas semi-estruturadas, para produzir o material empírico. As entrevistadas foram realizadas com três segmentos, sendo 16 baianas de acarajé, dos bairros da Liberdade, Mouraria, Campo Grande, Canela, Barra, Ondina e Rio Vermelho; 18 consumidores de acarajé e 3 informantes-chave de entidades representativas envolvidas no processo: representantes da Associação das Baianas de Acarajé e Mingau (ABAM), Vigilância Sanitária do Município e Secretaria Municipal de Serviços Públicos (SESP).

Foram entrevistadas 16 baianas de acarajé, de ambos os sexos, sendo 11 do sexo feminino e 5 do sexo masculino, de diferentes religiões (católica, candomblé e evangélica) e com idade entre 23 e 56 anos. Os diálogos foram conduzidos por graduandos e mestrands do curso de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, no decorrer dos anos de 2008 até março de 2010, tendo sido gravadas, para posterior transcrição e análise. O material empírico foi sistematizado a partir de temas encontrados nas entrevistas e a análise foi realizada de modo que integrou os registros documentais relacionado aos temas alimentação saudável e patrimônio e as narrativas produzidas pelas baianas e consumidores de acarajé.

Dentre as questões consideradas, encontram-se a baiana e sua equipe, divisão do trabalho, compra, tabuleiro, utensílios, formas de preparo e de servir, iguarias servidas, equipamentos do entorno e perfil dos consumidores.

## Resultados

Denomina-se, neste trabalho, “baiana artesã” aquela que controla e executa praticamente todas as fases do processo de produção e comercialização do acarajé, que abrange a compra dos produtos, confecção da massa no âmbito doméstico e no ponto até a venda da iguaria, contando com o apoio de familiares e agregados. A “baiana empresaria”, institui novas formas de gestão e controla da produção e comercialização, distribuindo as tarefas do fazer acarajé. Há uma equipe de funcionários contratados, pode haver terceirização de atividades tais como a produção da massa do acarajé, cuja proprietária pode possuir mais de um ponto de venda. Contudo, convém ressaltar mais uma vez, que a intenção não é polarizar estes dois tipos, classificando as baianas em uma dessas denominações, visto que, as práticas antigas e modernas de gerir o acarajé coexistem. De fato, trata-se de uma relação de continuidade dos tipos aqui adotados, que terão menos função classificatória do que de apoio à discussão e reflexão sobre o tema proposto.

É possível encontrar nas ruas baianas de acarajé trabalhando sozinhas no ponto de venda, entretanto há, não só nas que possuem uma estrutura maior, a presença de outro sujeito para ajudar no tabuleiro. Esses auxílios se dão por pessoas que possuem relação de parentesco com a baiana, mas isso não surge como algo geral permitindo que pessoas sem esse vínculo sejam contratadas para realização de tarefas necessárias para a produção do acarajé. Vivaldo Lima denomina esses ajudantes de “acólitos” (XAVIER, 2007). Deste modo, é possível visualizar, por exemplo, a filha menor despachando um cliente ou alguma outra pessoa responsável por bater a massa. Nesse caso, os homens são mais requisitados para realização desta tarefa por exigir maior uso da força.

Entretanto, em alguns tabuleiros a relação da baiana é maior com o manejo da massa, posicionando-se em um patamar superior e permitindo deste modo maior visibilidade tanto dos que compram quanto para a baiana que bate a massa. Essa imagem remete a relação hierárquica “monárquica” em que, ela no centro e no alto comanda enquanto as outras pessoas do tabuleiro servem os clientes e recebem o dinheiro. Para Pinto (2003), a divisão proporciona uma segregação do preparo em que esses vários ajudantes ficam responsáveis, um pelo atendimento aos clientes, outro pelo preparo da massa, outro pela fritura dos acarajés, etc.

Pode-se perceber que no ponto das “baianas empresárias”, a divisão de tarefas são bem definidas, muito próximas de uma estrutura “fordiana”, em que cada indivíduo

possui uma função, criando um espaço com oportunidades de empregabilidade cada vez maior, apesar de ainda ter uma característica de negócio familiar. Ressalta-se que essa divisão não se restringe ao tabuleiro, já que no próprio processo de compra e do fazer acarajé há ajudantes para lavar e passar o feijão na peneira ou preparar os ingredientes, por exemplo.

Segundo diz Martini (2007), o trabalho das baianas acontece ainda em um terceiro lugar, na feira onde faz a escolha dos ingredientes, geralmente a feira de São Joaquim e menos freqüente o Mercado das Sete Portas. A compra é semanal, pois segundo uma baiana, são adquiridas *“coisas que não pode comprar e deixar estocado dentro de casa tem que trabalhar logo, só fica o azeite, o resto nada fica”*. São esses ingredientes e o saber das vendedoras que determinam a qualidade de seu bolinho, sendo comum que a baianas comprem de um mesmo fornecedor alegando já conhecer o produto vendido por este.

A compra também pode ser realizada em casas especializadas no comércio dos ingredientes utilizados pelas baianas de acarajé. Todavia, quando falta algum ingrediente de última hora a aquisição é dada em locais mais próximos a casa.

Apesar de terem ajudantes nas demais tarefas, a compra é uma atividade que as baianas normalmente não delegam a terceiros. Elas preferem escolher os próprios produtos, *“de primeira”*. Isso não é comum a todas, já que os responsáveis pela compra podem ser pessoas da família, donos do ponto e responsáveis pelo preparo das comidas ou, como no caso de uma das baianas, por não saber escolher os produtos. *“Quem faz sou eu, eu que compro... Pegando, olhando né. Procuo o dono da barraca, saber se o feijão ta bom. Não compro feijão barato, pra manter a qualidade”*.

Quanto aos tabuleiros, além do material de que é feito, observa-se que uma das grandes mudanças foi deixar de ser móvel, para se tornar fixo, em um ponto. Antigamente, segundo relataram algumas baianas, os tabuleiros eram carregados na cabeça, com os bolinhos já fritos, sendo vendidos de porta em porta. Os tabuleiros de alumínio e vidro são os mais encontrados, embora ainda possam ser observados tabuleiros de madeira. O tabuleiro consagrado pela Abam, uma referência à taboleta - espécie de vitrine móvel tradicional que podia ser carregada na cabeça - é feito de fibra de vidro ou acrílico e madeira e foi uma das primeiras providências na tentativa de padronização e melhoria do trabalho com acarajé por parte da Associação das Baianas de Acarajé e Mingau (ABAM). A última novidade é a exigência de um material transparente, à prova dos raios solares, para a exposição da comida (MARTINI, 2007).

As adeptas dos tabuleiros com vidro alegam que são mais higiênicos, pois protegem os produtos, lições que aprendem nos cursos oferecidos pela ABAM, que estão sob os vidros. Nos tabuleiros estão sempre as panelas e colheres de pau e, em alguns, objetos rituais, como as figas, dandás e colares de conta, além de plantas consideradas protetoras (XAVIER, 2007). A bíblia e adesivos com frases evangélicas são utilizadas por baianas para se distinguirem de baianas pertencentes ao candomblé. Para a Presidente da ABAM, é necessário um trabalho de conscientização com as baianas evangélicas, que colocam a bíblia no tabuleiro, pois seriam “portadoras de bactérias”, uma vez que ficam debaixo do braço ou dentro da bolsa, juntamente com outros pertences, como pentes e dinheiro. Ainda segundo ela, caberia aos órgãos de Vigilância Sanitária cobrar e coibir essa atitude.

Os utensílios também foram alterados por fatores como tempo e praticidade. A pedra de ralar foi substituída, por equipamentos mais modernos e mais rápidos, como os moinhos a manivela e elétrico, facilitando o processo. Isso está de acordo com o afirmado por Xavier (2007), que diz que já não se usa a pedra de ralar para preparar o feijão. Entretanto, apesar do advento desses equipamentos, as baianas afirmam que o acarajé dá muito trabalho e que, por isso, muitas vezes optam por não fazer as demais iguarias do tabuleiro, como bolinho de estudante, cocadas, passarinha, entre outras.

Além da religião, há outros fatores determinantes na escolha dos utensílios, como a disponibilidade de recursos, a associação a entidades e o recebimento ou não de auxílio. As panelas de barro deram lugar concomitante às panelas de alumínio, às vasilhas plásticas e aço inox. Esses novos utensílios no tabuleiro, principalmente este último, funcionam como chamariz para a clientela, por deixá-lo mais bonito e atrativo. Entretanto, com exceção de um dos tabuleiros visitados, a colher de pau é unânime entre as baianas: “*sem colher de pau, não tem acarajé*”. Quanto ao questionamento sobre a substituição dessa por uma de acrílico, uma das baianas diz que não faria diferença, porque esta teria que ser higienizada da mesma forma que a colher de pau, do contrário, também ofereceria riscos.

A ABAM têm tentado fazer com que as baianas se adequem as exigências da Vigilância Sanitária quanto ao uso das panelas de inox e os tabuleiros fechados para proteger os alimentos. Entretanto, afirma que a adequação ainda não ocorre integralmente. Um dos motivos para a substituição das panelas de barro pelas de aço inox, seria que, ao trincar, podem cair pedaços do barro no alimento. Sendo assim, as panelas de barro têm seu uso restrito a eventos, uma vez que, o período em que o

alimento fica armazenado nelas é menor. Quanto ao plástico, quando mal conservado - mal higienizado e com rachaduras – pode acumular bactérias, o que oferece riscos para os consumidores. Outro problema existente diz respeito à substituição da colher de pau pela de acrílico/polipropileno. Além da tradição das colheres de pau, as de acrílico, além de mais caras, não serviriam para bater a massa do acarajé, por serem muito leves, apenas para fritá-los, não tendo sido uma mudança aceita pelas baianas.

Essas mudanças surgiram principalmente após uma reportagem veiculada pela televisão, em 2002, que divulgou análises laboratoriais indicativas de alto índice de contaminação microbiológica do acarajé, surgindo então, dentro do Programa Alimento Seguro Turismo, o Programa Acarajé 10, que, posteriormente, com o apoio da prefeitura, foi desdobrado e ampliado para o programa "Mão na Massa". Com recursos do PAS Turismo e parceria técnico-gerencial com o Instituto de Hospitalidade, a Prefeitura de Salvador e a Associação das Baianas do Acarajé e Mingau, foi desenvolvida uma ação de aperfeiçoamento teórico das baianas, estudo do processo produtivo do acarajé, desenvolvimento de competências na prática de preparo da iguaria e verificação final. O estudo sobre o processo produtivo consistiu em uma pesquisa sobre procedimentos que envolvem o preparo desde a aquisição da matéria-prima até sua fritura e oferta ao público consumidor. Após a verificação final as baianas recebiam um selo do Programa Acarajé 10 para fixar em seus tabuleiros (BRUNO, 2010).

O selo de qualidade, que deve ser renovado anualmente, está condicionado ao cumprimento de quesitos como: cozinhas forradas e azulejadas; matéria prima em condições de uso; correta manipulação dos ingredientes; higiene pessoal e das vestes das baianas; e utensílios adequados para evitar a proliferação de microorganismos, a exemplo dos tradicionais tabuleiros de madeira forrados por dentro ou a substituição deste e das panelas por inox (ANVISA, 2004). Entretanto, a fiscalização nas casas das baianas, que deveria ser feita pela Vigilância Sanitária, não é realizada. Isso torna os cursos pouco mais influentes, pois segundo a ABAM, nestes há a tentativa de mostrar as baianas como deveria ser feito o preparo correto na casa delas: *“a gente tenta mostrar pra elas como elas devem fazer também na casa delas”*. Porém, desde 2005, ano do último curso oferecido às baianas, que estes não são realizados.

Quanto à forma de preparo e servir, observa-se distinções. Desde a substituição de utensílios para o preparo, como já citado, como o surgimento do vatapá, salada e caruru como acompanhamentos, até a venda de massa pronta em casa (*delivery*), acarajé de soja, abaralhau, recheio de carne moída e o bolinho frito em óleo de soja ou azeite

doce. Para Xavier (2007), o acarajé vem crescendo em venda e em publicidade e conquistando, cada vez mais, novos mercados. Tem variações em produtos: acarajé light, acarajé em pó e, em serviços, acarajé a quilo, disk acarajé, além de suas versões mais polêmicas, como o “acarajé de cristo”. Das baianas entrevistadas, somente uma vendia o produto e alegou ter boa venda e aceitabilidade pelos consumidores, vendendo-o com molho de bacalhau. Algumas baianas alegaram ter ouvido falar e até ter vontade de fazer. Entretanto, muitas consideram que essas novas formas do fazer vão de encontro com a tradição, descaracterizando o bolinho.

De acordo com a Presidente da ABAM, o acarajé virou um “X-Tudo” e, a intenção deles é combater isso, bem como a introdução do bacalhau, óleo de soja e carne moída. *“O tradicional é o bolinho e a pimenta, sendo que o caruru e o vatapá também já constam no decreto”*. Vale ressaltar que a Associação não se opõe às inovações que têm sido feitas com a iguaria, contudo, estas não podem ser chamadas de acarajé: *“É outra coisa. Pode se colocar em qualquer coisa menos no acarajé”*.

Entretanto, mesmo com a otimização do tempo e diminuição do trabalho proporcionado pela massa pronta, a venda do feijão (grãos quebrados) ainda domina o mercado. Na presente pesquisa, a maioria das baianas entrevistadas relatou preferir preparar a sua própria massa: *“Eu não gosto de comprar a massa pronta, não. Eu compro o feijão seco. Eu preparo em casa”*; *“Eu gosto de fazer a minha massa, não trabalho com aquela massa pronta não”*.

As iguarias ainda são encontradas em alguns tabuleiros, como o bolinho de estudante, cocadas, passarinha, peixe frito. Entretanto, muitos optam por não fazer pela falta de tempo, porque dão trabalho, somado ao trabalho de fazer o acarajé, ou até porque esses alimentos não possuem freguesia naquele ponto. Eles acabam se tornando “sazonais”, são vendidos em determinadas épocas do ano, apenas nos finais de semana ou em eventos. Vale destacar que, em um dos tabuleiros observados era vendido kibe, enquanto que, na Liberdade, podem-se encontrar tortas, produtos que além de não pertencerem tradicionalmente ao tabuleiro, também não são de origem africana.

Até uma *delicatessen* de Salvador, especializada em produtos finos, adotou o popular acarajé como chamariz para a clientela, vendendo em média cerca de seiscentos por tarde, acarajés que são confeccionados pelo setor de produção da *delicatessen* e não pela baiana que serve o quitute, como acontece habitualmente. Os acarajés são expostos em tabuleiros elétricos, permanecem quentes, pois, são conservados em banho-maria e cada compartimento apresenta uma iguaria diferente *“sem aquela miscelânea que se*

*pode observar nos tabuleiros tradicionais*”, segundo o gerente. A “baiana”, é jovem, meiga e bonita tendo sido escolhida pela gerência do estabelecimento comercial para exercer a função. Uma experiência que deu certo, segundo os idealizadores (DAVID, 1999).

Quando perguntadas sobre o que achavam da venda de acarajé por estabelecimentos fechados, as respostas foram divergentes. Algumas baianas afirmaram não ver problema algum, que não são prejudicadas por isso, enquanto outras acreditam que isso descaracteriza o ofício, *“banalizando a cultura dos baianos, a cultura da Bahia, ou seja, o produto do acarajé”*.

Com a adoção do ponto, há uma estrutura maior e mais organizada, desde o tabuleiro fixo, até toldos patrocinados por empresas e cadeiras para os clientes. Os fogareiros são a gás, embora os a carvão ainda possam ser vistos. Há os que possuem cardápios em banners com os preços, remetendo a lanchonetes. Muitas baianas já acoplam ao tabuleiro freezers para a venda de bebidas e espalham mesas e cadeiras padronizadas ao redor do seu tabuleiro. Em locais como o Largo de Santana e o Largo da Mariquita, situados no bairro boêmio do Rio Vermelho, há uma curiosa simbiose entre bares e baianas de acarajé que, aparentemente, parecem ser concorrentes de uma mesma clientela – uma vez que ambos comercializam comidas e bebidas – mas, no entanto, trabalham quase que num regime de dependência mútua, já que as baianas de acarajé atraem clientes para os bares e estes estabelecimentos oferecem alguns serviços que auxiliam as vendedoras de acarajé, como banheiros, mesas, cadeiras e serviços de garçom (PINTO, 2003). Algumas outras são contratadas pelos bares, como as encontradas no Largo de Amaralina, por exemplo.

Geralmente as baianas de acarajé trabalham em tendas de lona ou plástico com armações em metal e bem estruturadas. Porém, segundo uma informante chave do setor de fiscalização de atividade em logrador público (SEPAL) da SESP, os toldos proibidos por legislação. O correto para a SESP seria o uso de sombreiros, por conta da tradição e também para manter um padrão entre as baianas. Porém, o que se observa em toda a cidade é que, mesmo as baianas que possuem tabuleiros menores usam o toldo.

No que diz respeito aos consumidores do bolinho, segundo os relatos das entrevistadas, os baianos e turistas brasileiros são os que mais o consomem. Os turistas de outros países têm receio de experimentar ou são aconselhados a não fazê-lo, muitas vezes provando só as demais iguarias, como as cocadas. No que se refere aos baianos, há o costume de consumir nos mesmos tabuleiros, já conhecidos, caracterizando uma

clientela fixa para essas baianas. Quanto aos consumidores evangélicos, nota-se que estes optam pelos acarajés das baianas de mesma religião.

## **Discussão**

O ofício de baiana está imbricado a venda do acarajé e este possui elementos da religiosidade afro-brasileira. A venda tradicional implica no uso do traje típico, a arrumação dos tabuleiros, os tipos de quitutes, os pontos, tradicionalmente rua, por representarem a natureza informal desse comércio. Isso porem não significa que a tradição é algo imodificável, é dinâmico, passíveis de modificações. Porém questiona-se até que ponto essas alterações não interferem no que se tem por tradicional?

Em segundo lugar, devemos remeter a situação social e econômica que deu origem à chamada baiana de acarajé. A prática tradicional convive com o surgimento recente da venda de acarajé no comércio fechado, bares, *delicatesses* e supermercados, bem como pela sua apropriação por outras religiões, como o “acarajé de Jesus”, vendido pelos adeptos de religiões evangélicas. Tem-se que a baiana vestida de maneira tradicional é tomada como símbolo da Bahia, não sendo transposto somente ao ato de vende acarajé.

As novas modalidades de venda, em que há uma produção sistematizada, podem ser denominadas de micro empresas e algumas realmente o são. Possuem desde pontos pequenos e simples, até grife com seus nomes. Contudo, apesar das mudanças, algumas práticas antigas não deixaram de existir. Baianas mais tradicionais incorporaram as inovações e baianas empresárias mantêm costumes, como escolher os produtos e preparar o acarajé, por exemplo, mostrando que tradição e modernidade coexistem em um mesmo tabuleiro. Da mesma forma, as baianas de acarajé estão bastante hibridizadas, tendo distintas visões sobre o candomblé, diferentes maneiras de lidar com a venda do acarajé e vestindo-se de muitos modos, com grande variação nos aspectos e na forma de vender este produto-símbolo cultural e regional, o que merece atenção.

O ofício das baianas de acarajé infere ao binômio sagrado e profano, já que seus aspectos foram, a princípio, definidos por sua origem religiosa; no seu presente, é regulamentado por leis e decretos. Isso vai desde a maneira de a baiana vestir-se, preparar e apresentar o ponto de venda até o fazer do acarajé e suas características. Tudo legitimado pelo discurso da higiene e de preservação da tradição. Entretanto, observa-se

que, os órgãos responsáveis por fiscalizar o cumprimento dessas leis, não atuam de forma eficaz, permitindo a existência das diversas práticas e modos de fazer.

### **Referências bibliográficas**

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Estados apóiam produtores e investem em segurança alimentar. **Rev. Saúde Pública**, São Paulo, v.38, n.5, out. 2004.

BORGES, F. M. **Acarajé: Tradição e Modernidade**. 2008. 133f. Dissertação (Mestrado em Estudos Étnicos e Africanos) – Pós-graduação em Estudos Étnicos e Africanos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

BRUNO, P. Alimentos Seguros: A experiência do Sistema S. **R. Educ. Prof.**, Rio de Janeiro, v. 36, n.1, jan./abr. 2010.

DAVID, M. L. C. A Baiana do acarajé: imagens do real e do ideal. **Revista da Biblioteca Mário de Andrade**, São Paulo, v. 57, p. 147- 155, jan./dez. 1999. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Dossiê: Ofício das Baianas de Acarajé**. Brasília, 2007.

MARTINI, G. T. **Baianas do acarajé: A uniformização do típico em uma tradição culinária afro-brasileira**. 2007. 291f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

PINTO, R. Cocina Bahiana. La cocina como elemento diferenciador del mercado. In: GANDARRA, J. M.; SCHLÜTER, R. (org.). **Gastronomia y Turismo**. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, v. 2, p. 67-88, 2003.

PIRES, I. **Identidade e Cultura: A baiana de acarajé como representação simbólica da Bahia**. 2008.

XAVIER, N. M. P. **A baiana de acarajé como símbolo identitário da Bahia e sua apropriação pelo turismo**. 2007. 167f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) - Universidade de Santa Cruz, Ilhéus, 2007.