

### 3

## Acompanhamentos

*“O cotidiano é aquilo que nos é dado a cada dia.”*  
Michel de Certau

Além do prato principal, são oferecidos acompanhamentos. Complementos ao que de mais significativo se revela em uma refeição; outros ingredientes, formando outros alimentos que acompanham a comida de marca maior.

Entre estes acompanhamentos, há a possibilidade de inúmeras opções. Mas há aqueles que são mais pedidos pelos clientes, que são mais lembrados e considerados mais saborosos e dignos de menção.

Primeiramente, destaque para aqueles acompanhamentos mais usuais, que não deixam nunca de ser companhia do prato principal, mais tradicionais que, mesmo nos ambientes mais modernos e arrojados, não podem faltar. São acompanhamentos que fizeram parte da mesa de todas as gerações e de valor inestimável, que perpassam as barreiras de tempo e continuam afirmando sua importância nos cardápios dos dias de hoje.

Para não cair na mesmice, a sugestão é sempre ir mesclando os acompanhamentos conforme os diferentes dias de refeição. Alguns acompanhamentos se casam melhor conforme a atmosfera de cada dia, são os famosos “pratos do dia”. Assim, durante a semana pode-se optar por uma das várias combinações de sabores, só depende do dia da visita.

Para aqueles que queiram se sentir mais exclusivos, há comidas que não estão divulgadas no menu, mas que podem ser servidas conforme a vontade do cliente. Uma sugestão à parte é pedir para ser servido de algo que a princípio não está no menu oficial, mas, cujos ingredientes podem ser encontrados na cozinha e preparados conforme o gosto do comensal.

O que se deve notar é que os acompanhamentos não são meros coadjuvantes; sejam eles quais forem, ajudam a compor o prato de maneira peculiar e conferem a ele um paladar todo especial.

*Trocando em miúdos...*

### 3.1.

#### Dias da Semana

O primeiro acompanhamento revela a temporalidade desta refeição: os dias da semana. Isso porque estas refeições são realizadas nos chamados dias úteis – que vão de segunda a sexta-feira -, onde nossa rotina está pautada em categorias como “trabalho, obrigações, responsabilidade<sup>44</sup>”:

*A totalidade dos dias da semana é o trabalho. Durante o período que se estende de segunda a sexta, o trabalho se torna o elemento regulador das ações individuais. (...) Os dias de semana são aqueles em que se trabalha. Em que a maior parte do tempo é passada fora do ambiente doméstico, “na rua”, um local público, de trabalho, e regido por leis impessoais, onde as “pessoas da casa”, são tratadas como indivíduos. Onde o valor dominante é o trabalho e a hierarquia<sup>45</sup>.*

De segunda a sexta-feira a lógica das refeições é compatível com a rotina de trabalho, mas, ainda assim, cada dia útil tem as suas especificidades:

*Os dias da semana, com sua sucessão regular, nomes e distinções: à parte o seu valor prático de identificar as divisões de tempo, cada um deles tem um significado como parte de um padrão. Cada dia tem seu significado próprio e se há hábitos que estabelecem a identidade de um dia particular, estas observâncias regulares têm o efeito de um ritual. O domingo não é simplesmente um dia de descanso. É o dia anterior à segunda, e igualmente a segunda em relação à terça. Na verdade, não podemos experimentar a terça se, por alguma razão, não tivermos formalmente recebido a segunda<sup>46</sup>.*

A comida também acompanha esta variação dos dias da semana. Todos os restaurantes da pesquisa tinham, além de uma base fixa de opções de comida, variações conforme os dias da semana. O gerente de um dos locais definiu assim a variação de alimentos:

<sup>44</sup> BARBOSA, Livia Neves de Holanda. *Porque hoje é sábado... Um estudo das representações dos dias da semana*, Rio de Janeiro, Boletim do Museu Nacional, n.º 49, 1984, p. 15.

<sup>45</sup> Idem, p. 32, 35.

<sup>46</sup> DOUGLAS, Mary. *Pureza e Perigo*. São Paulo, Perspectiva, 1976, p. 83.

*Segunda-feira é um dia que temos comidas mais leves, porque todo mundo quer manear, já que exagerou no final de semana. Quando vai chegando mais perto do fim-de-semana, o cardápio vai ficando mais pesado. Penso que as pessoas vão ficando mais relaxadas, felizes com a chegada dos dias de descanso e comemoram também na hora de escolher a comida.*

Noutro restaurante também fica explícita a relação da comida com os diferentes dias da semana. Segundo a gerente de um famoso restaurante árabe do centro da cidade:

*Aqui temos um cardápio árabe fixo. Mas às segundas servimos massas; terças e quintas temos cozinha mineira; quarta é cozido e sexta-feira é feijoada. Sexta-feira tem feijoada<sup>47</sup> em praticamente todos os lugares; as pessoas estão mais descontraídas, querem comer alguma coisa especial e estão mais animadas, o que combina direitinho com a feijoada.*

Dessa forma, os dias da semana, são exemplos de uma seqüência regular: com experiências divididas em cada um dos dias. Nesta seqüência regular, cada dia possui uma função diferenciada, pois, segundo Mary Douglas, o que confere sentido às especificidade de cada dia está exatamente numa forma de sucessão onde há um ordenamento capaz de qualificar os dias, tanto de acordo com a proximidade com o dia que passou quanto com a proximidade o com o dia que vai sucedê-lo.

Se utilizarmos o exemplo da sexta-feira para qualificá-la como um dia diferente da quinta e próximo do sábado, é possível verificar que durante as sextas-feiras as pessoas se permitiam “um pouco mais”. Um pouco mais de tempo no almoço, um pouco mais de tempo conversando com os colegas, um pouco mais de dinheiro para gastar, um pouco mais de novidade no cardápio.

Portanto, foi numa sexta-feira em que estava visitando pela primeira vez o restaurante árabe da rua que escolhi para realizar o trabalho de campo, que quatro mulheres com média etária de 30 anos, numa mesa animada, decidiram, segundo uma das entrevistadas, “arriscar uma comida diferente e um restaurante novo, fora

---

<sup>47</sup> MACIEL, Maria Eunice. Uma cozinha à brasileira. In: *Estudos Históricos: Alimentação* n.º 33, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 2004, p. 33. “A feijoada, o mais conhecido dos chamados ‘pratos nacionais’ (...) pode-se afirmar que a feijoada é o principal prato identitário nacional (...) é um prato reservado às ocasiões especiais, como convite aos amigos, implicando assim comensalidade”. Para saber mais ver CASCUDO, Câmara. *História da Alimentação no Brasil* (Volume I e II), São Paulo, Cia. Ed. Nacional, 1983 e FRY, Peter. “Feijoada e soul food 25 anos depois”. In: *Fazendo Antropologia no Brasil*. Editora DP&A, Rio de Janeiro, 2001.

da rotina de restaurantes que costumamos freqüentar na hora do almoço”, reiterando que o melhor dia para fazê-lo era mesmo numa sexta-feira.

Assim como neste depoimento, outras declarações apoiaram esta expectativa diferenciada em relação aos dias da semana. Se alguns deles estão mais próximos do final da semana, a comida e a interação entre os comensais se estabelece com maior comunhão, conforto e possibilidade de experiências inovadoras.

Enquanto os dias que se aproximam do sábado e do domingo têm cardápios como a feijoada e o cozido, “que deixam o dia mais animado”, podendo “gastar mais e demorar mais para comer”, os dias que anunciam que o final de semana ainda não se aproxima têm cardápios com comidas mais “práticas” e menos robustas, consideradas mais leves, fáceis de serem consumidas em menos tempo e que são mais baratas.

A refeição oscila entre um intervalo para se alimentar com comida e repor as forças para o trabalho com um momento de prazer associado ao não-trabalho, definindo as escolhas. Conforme se chega mais perto do final de semana, as escolhas tendem a ser definidas pela proximidade com os momentos de lazer e, nos dias onde não se sente próximo o sábado e o domingo, as escolhas são “menos passionais” com pratos mais distantes daqueles que simbolizam momentos de descanso de tarefas de trabalho.

### **3.1.2.**

#### **Fim-de-semana**

A relação direta dos dias úteis com o mundo do trabalho é diferente do fim-de-semana. No que se refere às refeições, muitos entrevistados se diziam cansados de comer em restaurante a quilo, alguns preferiam comer em casa, outros em restaurantes de outros tipos, como *à la carte*, churrascarias, pizzarias e outros, considerados locais onde se pode comer devagar, sem pressa, com amigos e familiares com os quais não se pode encontrar durante os dias úteis.

Os poucos entrevistados que iam a restaurantes a quilo nos fins-de-semana revelaram traços de intimidade com o local e afirmaram passar mais tempo neles; faziam uso destes restaurantes de forma com que eles se aproximassem do modelo

de restaurante citado como os “restaurantes de final de semana”. Ou seja, utilizam o restaurante a quilo com outra dinâmica, sem priorizar a lógica da pressa e das informalidades em torno da refeição.

“No fim-de-semana ficamos mais tempo dentro de um restaurante, também acabamos comendo e gastando mais! Mas não me importo, pois é o tempo que estou com minha família e amigos”. Este depoimento de um jovem entrevistado se parece com o da grande maioria, que associa os restaurantes freqüentados nos fins-de-semana com momentos de prazer, descontração e pouca preocupação com o tempo da refeição.

Também há uma abertura maior para quanto se gasta, já que sair para almoçar num sábado ou domingo é “como se fosse uma programação”. Não é algo obrigatório, rotineiro. Nesse sentido, a refeição é valorizada como programa principal, não cumpre função de intermediária entre as horas de trabalho.

“Durante a semana vou ao restaurante porque não tenho outra opção, nos finais de semana vou pela diversão”, segundo um advogado entrevistado. Assim são definidos os programas nos dias de descanso. “Sábado e domingo são dedicados a programas de lazer<sup>48</sup>” e os dias da semana têm como característica a obrigação do trabalho que, por consequência, mudam as razões de visita aos restaurantes.

### 3.2.

#### **Comida feminina, comida masculina**

Num restaurante cuja especialidade eram variados tipos de salada e grelhados, o público era composto por uma grande maioria de mulheres. Avistei apenas uma mesa onde havia homens e mulheres e perguntei qual era a motivação para a escolha do local. Os homens daquela mesa me responderam que almoçavam no restaurante por estarem na companhia de mulheres; caso contrário, preferiam almoçar em um restaurante a quilo comum, onde encontrariam “comida de gente”.

---

<sup>48</sup> CERTAU, Michel de.; GIARD, Luce.; MAYOLI, Pierre. *A invenção do cotidiano 2. Morar, Cozinhar*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003, p. 150.

Noutro restaurante mais simples e com comida que segundo um dos entrevistados lembrava as “comidas de pensão”, o público masculino era a grande maioria. E, ao contrário do restaurante dos grelhados e saladas, perguntei às poucas mulheres o que faziam no local e elas responderam que não conseguem viver “como as outras mulheres” que, segundo elas, “comem aquela comida rala, que não dá sustância para o dia todo”.

Esta observação empírica foi confirmada pelos gerentes de ambos os restaurantes, que afirmaram que num a maioria era feminina e noutro que a maioria dos seus frequentadores era masculina.

Pois bem, será que existem restaurantes femininos e masculinos? Assim como a dinâmica do funcionamento dos restaurantes a quilo não está posta explicitamente, também assim acontece com relação aos estabelecimentos onde almoçam mais homens ou mais mulheres. Não há regras de exclusão de um grupo ou de outro, mas as características de cada local são tidas como masculinas ou femininas (de acordo como o que se define como sendo um ou outro).

Neste caso, os “restaurantes femininos”, com *buffês* de saladas variadas e pratos considerados leves, apontam para a tendência da preocupação com o corpo, com o comer saudável. Uma assídua frequentadora de um destes locais se definia como uma “mulher moderna, que não vive como aquelas mulheres de antigamente que ficavam somente em casa cozinhando, cuidando dos filhos e do marido”:

*Do início do século XX até meados da década de 1970, os livros de culinária dirigiam-se à figura tradicional da dona de casa – a rainha do lar. Esse lar era composto de pai, mulher e filhos, e nele o homem se ocupava do sustento da família e a mulher do funcionamento da casa*<sup>49</sup>.

A saída da mulher para o mercado de trabalho inverte a relação entre a comida e o corpo. Enquanto a dona de casa tinha a comida como resultado de seu trabalho, a mulher nos moldes atuais usa esta comida como fonte de energia para continuar seu dia de trabalho em outro local que não a sua própria casa.

*A relação entre culinária e corpo altera-se drasticamente, invertendo a anterior: o corpo passa a ser o universo explícito, e a casa, o implícito*<sup>50</sup>.

<sup>49</sup> BARBOSA, Livia & GOMES, Laura Graziela. Culinária de Papel. In: *Estudos Históricos: Alimentação*, n.º 33, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 2004, p. 12.

<sup>50</sup> Idem, p. 15, 16.

Neste caso, a mulher também se revela como mais um membro da família, um indivíduo como os outros que constituem seu lar sem que sejam atribuídas a ela funções específicas da esfera doméstica. Ela não é mais organizadora da refeição como “instituição social<sup>51</sup>”, como característico do caráter formador da família tradicional.

A mudança de papel social deu à mulher outras possibilidades de escolha no que diz respeito à seleção de alimentos que irá ingerir. Esta atuação feminina no mercado de trabalho, visível no centro urbano carioca, de ruas lotadas de mulheres nas mais diversas profissões, formou um mercado com produtos e serviços que atendessem a esse público. Não seria diferente no que diz respeito a comidas e locais que se propõem a atender os desejos das consumidoras femininas.

É sobre este aspecto de inúmeros serviços oferecidos a este público-alvo que surgem restaurantes preocupados em atender àqueles que buscam o padrão atual de beleza, especialmente de mulheres com uma aparência magra. Este padrão, identificado mundialmente, se torna definidor na hora de selecionar o que comer e, portanto, foram montados ambientes que se encaixem nesta “necessidade da consumidora”.

Dentre as preocupações das mulheres que comparecem a estes restaurantes está a preocupação estética, a busca por um corpo esbelto, por um tipo físico compatível com os critérios de beleza da atualidade:

*[A] dieta estética tem como objetivo o corpo magro, com um novo tamanho e densidade, e que irá encontrar sua expressão mais acabada no corpo esculpido, malhado nas academias de ginástica<sup>52</sup>.*

A dieta estética, todavia, não deixava de ser citada nos restaurantes masculinos, já que alguns homens revelaram que precisam “comer bem” ou comer segundo uma dieta estética para sustentarem os exercícios e outras atividades que realizavam durante o dia a dia. Porém, esta não se mostrava a principal razão de freqüência dos locais.

---

<sup>51</sup> ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1994, p. 85.

<sup>52</sup> ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1994, p. 10.

Nos restaurantes de maioria masculina as opções de saladas e pratos leves apareciam em menor quantidade. Reinavam nos *displays* pratos quentes considerados “pesados”, seções de churrascaria e massas feitas na hora.

Para os comensais dos restaurantes tidos como masculinos, o sentido de uma refeição completa depende de pratos que são pensados como próximos à comida caseira, onde estar bem alimentado é comer de acordo com receitas “com sustância, comida de panela, com gordura<sup>53</sup>”. O “comer bem” se referia a outra escolha de pratos que não apenas aqueles indicados em dietas para manter um corpo esbelto.

Nestes dois casos, podemos perceber definições extremas de restaurantes mais visitados por homens e restaurantes mais visitados por mulheres. Cabe enfatizar que estas são situações exageradas pois, normalmente, os restaurantes a quilo se equilibram na frequência de ambos os sexos, constituindo-se da mistura das duas definições acima descritas.

Em todo o caso, sendo o corpo humano “um símbolo da sociedade, e os poderes e perigos creditados à estrutura social reproduzidos em miniatura<sup>54</sup>”, o surgimento de exageros que apontem de um lado para a concepção individual de escolha do que será posto no prato e de outro para a manutenção da presença de comidas como “as de pensão” e que “ainda lembram aquelas comidas caseiras<sup>55</sup>” são, de fato, parte do caráter híbrido dos restaurantes do tipo a quilo.

A mescla de pratos leves e pesados, a possibilidade de manter a dieta estética e se alimentar com “sustância” fazem deste ambiente local onde as escolhas de cada comedor se combinem e tragam ao mesmo espaço os diferentes indivíduos que circulam pelo centro da cidade.

### 3.3.

#### Feijão com arroz

Há ainda um acompanhamento especial, o prato que é *hors concurs*, presente em todos os restaurantes, independente de suas características culinárias:

<sup>53</sup> BARBOSA, Livia & GOMES, Laura Graziela. Culinária de Papel. In: *Estudos Históricos: Alimentação*, n.º 33, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 2004, p. 16.

<sup>54</sup> DOUGLAS, Mary. Pureza e Perigo. São Paulo, Perspectiva, 1976, p. 142.

<sup>55</sup> Trecho retirado de entrevista de restaurante que foi classificado como “de maioria masculina”.

o arroz com feijão. Ele está no cardápio de todos os restaurantes e não pode faltar nenhum dia. É uma das formas de manutenção dos hábitos tradicionais na alimentação.

O “feijão com arroz” - expressão popular utilizada para fazer referência a fatos do cotidiano, da rotina brasileira - revela que a possibilidade de combinações de comidas que normalmente não seriam servidas numa mesma refeição e os novos arranjos de ambientes para a hora do almoço não anulam estruturas tradicionais. Ao contrário, trazem conforto à novidade, amenizando a impessoalidade de ambientes. O prato acrescenta parte do ritual tradicional<sup>56</sup> da refeição em local onde poderia parecer improvável que isto ocorresse.

Dessa forma, o arroz com feijão foi a grande unanimidade dos restaurantes e, por que não, um dos denominadores comuns desses locais, pois era lembrado por todos, ou mesmo nem citado, pois os entrevistados já subentendiam que ele era único e sempre presente.

Desse papel protagonista do arroz com feijão pode-se dizer que:

*O consumo de alimentos é governado por regras particulares, revelando a natureza dos agrupamentos sociais. A comida representa simbolicamente os modos dominantes de uma sociedade. (...) A alimentação revela e preserva os costumes, localizando-os em suas respectivas culturas. Ela traduz a estabilidade do grupo social<sup>57</sup>.*

Se o feijão com arroz representa a tradição, ele não deixa de ser “um modo de integrar a monitoração da ação com a organização tempo-espacial da comunidade; (...) uma maneira de lidar com o tempo e o espaço, que insere qualquer atividade ou experiência particular dentro da continuidade do passado, presente e futuro, sendo estes por sua vez estruturados por práticas sociais recorrentes<sup>58</sup>”.

Em outras palavras, a temporalidade cuida de ir reafirmando e re-significando o valor de feijão com arroz na representação das tradições do Brasil.

<sup>56</sup> O ritual tradicional brasileiro é “subvertido” pelo tempo de refeição encurtado, a comida “já posta”, que fica exposta nos *buffês* e maneira impessoalizada de servi-lo, já que cada um serve seu prato.

<sup>57</sup> ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1994, p. 77.

<sup>58</sup> GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo, UNESP, 1991, p. 44.

Novos lugares, novas formas de servir o prato se unem à constante reafirmação da importância do prato na mesa do brasileiro.

Sendo a cozinha “local de resistência de identidades locais<sup>59</sup>” e o arroz com feijão representante da cozinha brasileira, ele se mantém importante ao longo do tempo e acompanha as mudanças nas práticas alimentares que possam ocorrer como uma maneira de provar que modelos vistos como representantes de nossas tradições históricas estão longe de desaparecer:

*Modos de cozinhar, modos de comer e beber: objetos culturais portadores de uma parte da história e da identidade de um grupo social [devem ser preservados] (...) como testemunhos de uma identidade cultural<sup>60</sup>.*

### 3.4.

#### Dinheiro

Foi a definição de uma mulher que me permitiu iniciar este tópico. Ela me disse que procurava por um restaurante que “não fosse fechado” para almoçar. Esta expressão “fechado” foi marcante, pois seria necessário compreender o que ela estava considerando “fechado”. Será que era a opção de comidas restritas nestes restaurantes? Ou o fechado se referia à seletividade de clientes?

Quando ela me disse que procurava um local que não fosse fechado, perguntei o que ela entendia por “restaurante fechado”. Ela me respondeu que era um lugar onde poucas pessoas poderiam comer, era caro, o prato demorava a ser preparado e exigia muito tempo disponível para lá estar. Esta restrição, por ela chamada de lugar “fechado”, incluía duas características consideradas “luxuosas” em se tratando da hora do almoço no centro da cidade: o tempo e o dinheiro.

Portanto, o que ela quis dizer é que procurava um local nos moldes dos restaurantes a quilo que, além de “promoverem ganho de tempo<sup>61</sup>”, são entendidos como lugares onde se paga o que é justo pela comida a ser consumida.

<sup>59</sup> POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologias da Alimentação*. Florianópolis, Editora da UFSC, 2006, p. 38.

<sup>60</sup> Idem, p. 37

<sup>61</sup> Devemos relativizar, como foi feito no tópico sobre o tempo no Capítulo I, esta interpretação dos entrevistados acerca do “tempo” pois outros formatos de restaurantes também possibilitam “ganho de tempo na hora de comer”.

A associação de luxo com a lentidão e o alto preço do menu estava colocada, para ela, como “fechada”, indisponível ou impossível.

A possibilidade de freqüentar estes locais só não era nula, pois muitos entrevistados revelaram que apareciam oportunidades de saírem para comer com seus chefes ou pessoas que exerciam cargos importantes em seu universo de trabalho. Nessas situações, costumava-se ir a restaurantes incomuns às suas rotinas, normalmente com características relativas ao que a entrevistada acima definiu como “restaurantes fechados”.

Um dos entrevistados acrescentou:

*Sempre que o chefe nos convida pra almoçar já sabemos que vamos gastar mais, pois ele nunca frequenta o restaurante que vamos todos os dias. Em compensação, como estamos com o chefe, podemos demorar mais pra voltar pro trabalho. Como estamos almoçando com ele não podemos sair antes.*

Neste caso,

o dinheiro oferece um padrão para medir o valor; o ritual padroniza as situações, e ajuda assim a avaliá-las. O dinheiro faz a união entre o presente e o futuro, da mesma forma que o ritual. Quanto mais refletirmos na riqueza desta metáfora, tanto mais fica claro que ela não é uma metáfora. O dinheiro é somente um tipo um tipo extremo e especializado de ritual<sup>62</sup>.

A idéia dos freqüentadores dos restaurantes a quilo é a de que não se deve gastar muito para comer. O gasto e o tempo devem ser compatíveis, merecedores um do outro.

Segundo Parsons<sup>63</sup>, o dinheiro é um dos diversos tipos de “meio de comunicação circulante” nas sociedades modernas, além do poder, da linguagem e outros. E se apenas aqueles que têm mais tempo para comer gastam mais, o dinheiro e o tempo estão interligados numa lógica de busca de equivalência entre ambos. Ou seja, o cliente frequenta o lugar onde se come rápido e pretende gastar o que considera condizente àquele tempo: são merecedores um do outro.

Quando Weber toma de apoio a expressão “tempo é dinheiro<sup>64</sup>”, de Benjamin Franklin, propõe que ambos, que poderiam não representar nada concretamente, se enchem de valor quando são relacionadas a eles (o tempo e o

<sup>62</sup> DOUGLAS, Mary. *Pureza e Perigo*. São Paulo, Perspectiva, 1976, p. 88.

<sup>63</sup> PARSONS, Talcott. *The Social System*. Glencoe, III: Free Press, 1951 *apud* GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, UNESP, 1991, p. 31.

<sup>64</sup> WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo, Editora Pioneira, 1998, p. 29.

dinheiro) fortes representações. Aos dois são atribuídas características sociais que os afirmam como algo que passeia no abstrato e se afirma como concreto.

Segundo Marcel Mauss<sup>65</sup>, “o dinheiro intensifica a relação econômica se as pessoas têm fé nele, assim como a relação com os rituais. Não são considerados falsos quando se mede a sua aceitação”, as pessoas acreditam no seu potencial. Quando lado a lado, o tempo e o dinheiro devem ser mostrar compatíveis; pode-se dizer que as idéias de tempo alcançável e palpável, que se deve aproveitar ao máximo sem desperdícios, e a idéia de um valor monetário que pareça justo a este tempo determinado fazem parte do ritual da alimentação no período atribuído à frequência dos restaurantes.

Em resumo, o “valor da refeição” é medido pelo tempo que se destina a estar nestes restaurantes, pelo aspecto financeiro que implica estar nestes restaurantes e pela união de ambos, já que esta interação cria uma significação peculiar, de tentar criar uma equivalência entre os dois aspectos, fazendo com que eles estejam diretamente associados.

### 3.5.

#### **Acompanhamento à parte do menu**

Apesar de notar algumas diferenças entre restaurantes a quilo que pudessem implicar em definições de classe, não tive a intenção de incluir em minha dissertação diferenciações rígidas sobre esse aspecto na classificação dos clientes dos restaurantes pesquisados.

Primeiramente porque minha intenção principal estava voltada para os pontos em comum em todos esses locais, para aquilo que envolvesse a maioria das pessoas no que se refere ao ritual da refeição da hora do almoço.

A segunda razão que me fez não buscar uma análise mais profunda no que se refere a critérios de classe apareceu ao longo do trabalho de campo, pois os entrevistados afirmavam frequentar restaurantes com diferentes características conforme a companhia que teriam para a refeição ou outras tantas razões.

---

<sup>65</sup> MAUSS, Marcel. *Esquisse d'une Théorie Générale de la Magie*. L'Année Sociologique, 1902-1903 [Reimpresso, 1950, em Sociologie et Anthropologie, Paris] *apud* DOUGLAS, Mary. *Pureza e Perigo*. São Paulo, Perspectiva, 1976, p. 88, 89.

Um almoço com o chefe é sempre num local mais caro, talvez num restaurante *à la carte*, onde há mais tempo para comer, não há problema em esperar preparar o prato para depois ser servido à mesa. Bem como uma reunião de negócios, que não pode acontecer em um local tão barulhento e impessoal.

Mesmo para um almoço com a(o) namorada(o) ou alguém que se quer impressionar ou quando se precisa de um lugar onde se possa dar mais atenção a alguém, as pessoas recorriam à possibilidade de utilizarem restaurantes fora de seus padrões cotidianos.

Ou seja, há diferentes locais para diferentes arranjos. Mesmo quando um homem revela que está num restaurante a quilo característico por sua variedade de saladas porque estava na companhia de muitas mulheres, este já é um novo arranjo, já que sua rotina era freqüentar um estabelecimento a quilo com “comida de verdade”.

Porém, há, sim, por sua vez, algumas diferenciações que podem estar contidas em critérios de definição de classes nestes restaurantes. E entre estas características que permitem definir o perfil da classe nos diferentes locais está o fator *preço*, que ao longo da rua vai definindo, de alguma maneira, o perfil de quem escolhe um lugar mais caro ou mais barato. A exemplo disso, presenciei grupos olhando os preços na porta dos restaurantes e avaliando as possibilidades de comerem em certos restaurantes e não em outros. A condição financeira destes grupos implica em escolher locais compatíveis com seus salários, locais onde o preço seja equivalente àquilo que se pode gastar todo dia.

Outro fator estava nas roupas, já que em um dos restaurantes, cujo slogan dizia ser “um dos melhores do centro da cidade” e cujo preço destoava bastante do preço médio dos outros restaurantes da rua, a presença de homens de terno e gravata e mulheres com trajes sociais como *tailleurs* e outras combinações consideradas elegantes circulavam pelos salões livremente. Os acompanhamentos de pastas de couro, celulares de última geração e outras ferramentas como computadores de bordo, por exemplo, eram comuns aos freqüentadores. O perfil, como a própria gerente me revelou, era de “executivos e profissionais de altos cargos”.

Poucos metros à frente, noutro restaurante, a maioria dos clientes se portava de maneira mais informal, com camisetas e calça jeans. Além disso,

estudantes e estagiários circulavam com mochilas nas costas, numa combinação bem diferente da visível no outro restaurante descrito.

Segundo o gerente do restaurante de preço mais módico, “a gente recebe todo o tipo de cliente, gente que trabalha no centro, estudante das faculdades”.

As profissões, os modos de se vestir revelavam, de certa forma, um perfil dos clientes de cada local, pois as limitações de quanto se pode gastar com uma refeição por dia e trajas que revelam funções profissionais apontam para classificações sociais possíveis de serem vistas pelos salões.

O que de peculiar se revela na conformação destes restaurantes é que apesar de preços muito distintos no quilo de um e de outro eles possuem o mesmo formato; são utilizados da mesma maneira apesar das distâncias sociais que possam existir entre os freqüentadores de ambos.

Se Pierre Bourdieu ou Alan Warde fossem os autores deste texto, provavelmente este item do menu não seria um quesito à parte. Pelo contrário, ele estaria encabeçando a lista dos pratos principais, já que para ambos as definições de classe foram essenciais para a formação de seus argumentos sobre a maneira de comer em seus respectivos países, no caso, França e Inglaterra.

Para Bourdieu, em seu livro *La Distinción*<sup>66</sup>, os critérios de classificação de classe são reveladores das diferentes escolhas que pessoas possam fazer na hora de comer. Para ele, a classe social é o principal diferenciador do gosto e, através da percepção dos vários modos de alimentação, é possível perceber meios de segregação social:

*Existe uma hierarquia dos gostos que é reflexo da hierarquia social, e conceitos como ‘bom gosto’ e ‘mau gosto’, que são determinados pelas classes mais altas. Aqueles que possuem ‘capital cultural’, por causa de sua posição sócio-econômica, vão impor a sua visão de mundo cultural à sociedade como um todo. Assim sendo, a escolha de certos alimentos e a maneira como são preparados e servidos não são só parâmetro para identificar uma classe social como também pode intensificar a segregação social*<sup>67</sup>.

<sup>66</sup> O livro “*A invenção do cotidiano 2: Morar, Cozinhar*” resume o argumento do livro de Bourdieu mostrando que ele trata “das condutas de preferência (alimentação, vestuário, mobília, música, etc.) que em geral dependem do gosto individual, mas ao mesmo tempo são reconhecidas como ligadas à estratificação social. Assim os espaços de preferências em alimentos, em cosmética se organizam segundo a mesma estrutura fundamental, a do espaço determinado pelo volume e pela estrutura do capital (Certeau, 2003, p. 247, 248).

<sup>67</sup> BOURDIEU, Pierre. *La Distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 2006 *apud* HECK, Marina de Camargo. Comer como atividade de lazer. In: *Estudos Históricos: Alimentação* n.º 33, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 2004, p. 141.

A variedade de alimentos de cada grupo, segundo Bourdieu, são formas de nivelção socialmente construídas que organizam o pensamento do mundo social francês. Portanto, a escolha do que será servido à mesa de cada grupo social não é algo livre de segregações. A comida das classes sociais está relacionada com a possibilidade de um grupo ter a condição de servir aquele alimento à mesa.

Esta constituição de um gosto modelado por condições sociais do grupo está fora de qualquer tipo de definição mecanicista. Ele é atribuído à formação de estilos de vida que têm como sentido separar os grupos sociais e reafirmar suas diferenças a partir das oposições por eles constituídas. Entre elas, a maneira de comer, a escolha dos alimentos, a definição do que é bom e ruim para comer revelam um pouco mais sobre como o *status* social do indivíduo reforça o argumento da divisão de classes na França:

*Es el habitus el que hace que se tenga lo que gusta porque gusta lo que se tiene, esto es, las propiedades que de hecho resultan atribuídas en las distribuciones y que de derecho resultan asignadas en los enclasmientos*<sup>68</sup>.

A formação de um *habitus* define o gosto dos grupos de forma que as distribuições de alimentos estejam relacionadas a critérios de classe. Ou seja, cria-se sob a idéia de que o gosto diferenciado é “natural”, revelador de características variadas um sentido de divisão na forma de comer e no que se come:

*La ética, que pretende imponer como norma universal los principios de un ethos, es decir, las elecciones forzadas por una condición, es también una manera, más o menos sutil, de sucumbir al amor fati, de contentarse con lo que es y con lo que se tiene*<sup>69</sup>.

A escolha não é, portanto, um impulso natural das classes em se fazerem diferenciar. Elas definem divisões sociais que, dentre outras ações, envolvem o ritual da alimentação sob o esquema diferenciador que a “estrutura do capital”<sup>70</sup> impõe aos grupos.

Para Alan Warde, os aspectos sócio-econômicos também são definidores das escolhas dos locais que os britânicos elegem na hora de realizar suas refeições

<sup>68</sup> BOURDIEU, Pierre. *La Distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 2006, p. 174.

<sup>69</sup> Idem, p. 174.

<sup>70</sup> Idem e Ibidem.

fora de casa. Em *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*<sup>71</sup>, uma pesquisa quantitativa buscava definir onde os ingleses costumavam fazer suas refeições fora de casa, levando em consideração a possibilidade dos pesquisados escolherem entre bares, restaurantes étnicos, cafés, lanchonetes e outros.

As distâncias sociais foram consideradas relevantes na interpretação do uso dos vários tipos de estabelecimentos alimentares, explorados tanto nos horários comerciais quanto nos dias de lazer. Assim, Warde estabelece uma espécie de ranking, com números definindo os tipos de restaurantes mais freqüentados e seu público.

O texto, que leva em conta a diferenciação social na escolha de onde comer, também apresenta uma visão geral da idéia do que representa para todos “comer fora”, incitando os entrevistados a falarem um pouco sobre o ritual que envolve a alimentação no mundo da rua.

Foram abordadas questões sobre as diferenças do comer fora por necessidade e comer fora por diversão, a importância da companhia na hora de uma refeição e outros aspectos menos formais que passeiam no tema da comensalidade e do envolvimento do indivíduo com o tema da alimentação.

Com isso, o argumento formal e quantitativo que fazia do trabalho uma pesquisa mais interessada num comedor ganhou critérios favoráveis a uma argumentação capaz de trazer ao texto uma interação entre o entrevistado e os rituais de comunhão e solidariedade em torno do tema da comida. Temas mais informais ou ligados à memória pessoal dos entrevistados com relação ao ritual da alimentação trazem à análise britânica a possibilidade de aparecimento das vertentes de um verdadeiro comensal.

Assim como Warde que, mesmo na tentativa de realizar uma pesquisa quantitativa, se viu envolvido com depoimentos que traduziam sentimentos, memórias e demonstrações de comensalidade no que diz respeito ao ritual da alimentação, também me deparei com uma questão diferenciadora deste formato de restaurantes.

A variada gama de preços e ofertas que estes restaurantes oferecem permitem a visita de grande número de pessoas, mas, apesar curta distância separa

---

<sup>71</sup> WARDE, Allan. *Eating Out: Social Differentiation, Consumption & Pleasure*. Nova Iorque, Cambridge University Press, 2000.

restaurantes de um mesmo formato, há, sim, uma distância na possibilidade de frequência diária de um e de outro.