

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

MESAS DE MINAS: AS FAMÍLIAS VÃO AO
SELF-SERVICE

Mônica Chaves Abdala

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

**MESAS DE MINAS: AS FAMÍLIAS VÃO AO SELF-
SERVICE**

Mônica Chaves Abdala

**Tese apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Sociologia, do
Departamento de Sociologia da Faculdade
de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da
Universidade de São Paulo, para obtenção
do título de Doutora em Sociologia.**

Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Oliva Augusto

**São Paulo
2002**

Mônica Chaves Abdala

MESAS DE MINAS: As famílias vão ao *self-service*

Profa. Dra. Maria Helena Oliva Augusto

São Paulo ____/____/____

Resultado _____

À memória de Aracy Lopes da Silva e
Beth Lobo, tão importantes em minha
vida e em minha formação.

À memória de meu pai.

À minha mãe, ao Ney,
Danilo e Ana.

Mais esta vez, tive que partir.
Diz o Ney, como bom carioca,
que esta é a sina dos mineiros.
Dedico a eles, que sofreram as
ausências, este trabalho.

Agradecimentos

Sempre comparo a preparação de uma tese à organização de um banquete. É um momento em que várias pessoas colaboram com o trabalho do *chef*, às vezes, assumindo o primeiro plano da cena, às vezes, nos bastidores. No momento de agradecer a todos aqueles que participaram deste trabalho, espero, sinceramente, não esquecer ninguém, pois tive inestimáveis contribuições de colegas e secretárias do trabalho, professores, colegas e secretárias do curso de Pós-graduação, amigos e conhecidos nas três cidades onde realizei as entrevistas. A todos quero deixar registrado o meu reconhecimento.

Nesses anos todos de minha formação acadêmica, desde a graduação até o doutorado, Maria Helena Oliva Augusto tem sido orientadora e amiga dedicada. Devo a ela muitos dos bons resultados que consegui em meus trabalhos.

À professora Maria Arminda do Nascimento Arruda, desde o mestrado, brindando-me com sua leitura atenta e com valiosas sugestões. À professora Heloísa Helena Martins e ao professor e amigo Leopoldo Weisbort, agradeço as importantes contribuições relativas às discussões de meu projeto de qualificação, e à professora Maria Célia Paoli e aos meus colegas da pós-graduação as sugestões durante o seminário de projetos.

À CAPES devo a bolsa que subsidiou meus estudos.

À Diretoria de Pós-Graduação da UFU, especialmente ao professor Wenceslao Gonçalves Neto, Eliseth Mendes Rosa e Conceição Aparecida Santos; aos professores coordenadores da Pós-Graduação, em São Paulo, Sedi Hirano e Brasília Salum; às secretárias, Ângela, Irani, Izabel, Samara e ao secretário Clóvis, sempre atendendo nossas urgências com cordialidade.

Aos colegas do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de Uberlândia, agradeço minha liberação. Sou grata à solidariedade e amizade de Rita

Carvalho, Sandra Leila de Paula e Sônia Missagia, liberando-me de cargas de trabalho e trocando experiências nos momentos de conclusão da tese; ao colega José Carlos da Silva, pela leitura e discussão de meu projeto de qualificação; e à Elizabeth Guimarães, pelas sugestões bibliográficas e pelas entrevistas que me conseguiu em Belo Horizonte.

À Eliane Schmaltz Ferreira, com quem partilhei o afastamento, nas dificuldades e bons momentos, na troca constante que nos possibilitou a construção de muitas de nossas experiências e conclusões.

Aos colegas da UFU, Arlete Alves da Silva, pela amizade e leitura atenta, nos momentos de “encruzilhada” e Wagner, pelas discussões que realizamos. À Dulcina Borges, pela atenção permanente, indicando textos e viabilizando publicações.

Sou especialmente grata a todos os meus entrevistados, frequentadores e proprietários de *self-services*. Muitos deles atenderam-me nos seus locais de trabalho, com gentileza e cortesia. Várias vezes, com eles me emocionei, partilhando memórias. Devo a eles as descobertas e conclusões deste trabalho. As informações que me deram fazem a ponte entre os discursos já registrados e os inúmeros fatos significativos que só a memória permite recuperar.

Os irmãos Frederico, Marcos e Ronaldo Proença da Matta Machado, pioneiros das comidas *por quilo*, forneceram-me informações preciosas sobre a origem dos *self-services* no Brasil e colocaram à minha disposição importantes publicações sobre o assunto.

Às companheiras do fórum sobre *Comida e Simbolismo*, da Associação Brasileira de Antropologia, com quem pude debater minhas questões e trocar experiências: Andréa Delgado, Carmen Rial, Janine Collaço, Maria Eunice Maciel, Renata Menasche e Solange Demeterco.

Aos meus alunos do curso de Ciências Sociais, em especial àqueles da disciplina Sociologia das Relações Cotidianas, com quem partilhei discussões que foram fundamentais à revisão final da tese.

Às colaborações de Carmen Bittencourt, Eunice Gomes, Roselaine das Chagas e Kleiber e Maria Aparecida Cortes, em Monte Carmelo; Guilhermina Fonseca e Sandra Mara Burjailli, em Uberlândia; Rosa Maria Alves Ferreira, em Belo Horizonte, com quem estabeleci trocas de informações permanentes sobre o hábito de comer fora, além de terem sido responsáveis por muitos de meus contatos e entrevistas.

Em Belo Horizonte, fui acolhida com carinho pela família de minha amiga Cristina José, Sr. Oiliam José e Dona Glorinha, pelas amigas Consuelo Chaves e Kátia Chaves, pelo casal Antônio e Gilda Grecco e por Dázio e Ivone Vilela. Todos foram colaboradores preciosos. Devo especial gratidão à Ivone que, várias vezes, abandonou seus afazeres para conseguir-me entrevistas e dados. Estou certa de que sem a sua contribuição minhas idas à capital não teriam sido tão produtivas.

Na coleta de dados, recebi contribuições importantes, desde o início da pesquisa. A jornalista Daniela Camargos, da Veja-Minas, cedeu-me dados e indicou contatos em várias cidades mineiras. Marco Aurélio de Sá, da Vigilância Sanitária de Uberlândia, forneceu-me todos os dados necessários ao início do trabalho. Kelly Cristina Bessa, na fase final da redação, auxiliou-me com o material de sua dissertação sobre Uberlândia, colocando-o a minha disposição para consulta.

Fui muito bem atendida pelos funcionários do Museu Abílio Barreto, de Belo Horizonte. Vander Lúcio Rabelo da Silva, em especial, prestou-me inestimável colaboração, efetuando uma verdadeira pesquisa e localizando dados, para atender minhas consultas.

Zeila Mara Silveira Tomaz, do setor de Planejamento e Controle da Junta Comercial de Belo Horizonte, atendeu-me com cordialidade e presteza sempre que a ela recorri.

A contribuição de Eloá Ciraulo, da Tickets Restaurantes, foi fundamental, pois enviou-me dados históricos da empresa e fez importantes sugestões bibliográficas e de fontes de consulta.

À Etienne Abdala agradeço pelo material informativo que trouxe da cidade de Monte Carmelo. Ao Eliel Quaresma, pelo socorro permanente nos embaraços com o computador. À Alessandra Abdala, pelo abstract e pelas aulas de inglês. Graças à sua ajuda e de duas outras professoras, Andréia Valadares e Maria Nilda Assumpção, durante esses anos, pude “decifrar” a numerosa bibliografia em inglês.

À Sra. Ione Mercedes M. Vieira, revisora desta tese e à Gerusa Gonçalves Moura, pela competente revisão das normas técnicas.

À Sandra, Silvia e Celi, secretárias do DECIS, pelo apoio durante o afastamento.

Aos funcionários da Gráfica da UFU, pelo delicado trabalho de confecção dos exemplares da tese. Cida e Eliane se desdobram para atender-nos com delicadeza e amizade, num momento de tantas urgências.

Aos meus irmãos, Márcio e Miriam, e a todos os amigos e parentes que sempre me estimularam e apoiaram, especialmente, Valtinho, Daura e Nathália von Kruger, Sra. Mari Knouchi e Roberto D’Amico, no período que passei em São Paulo.

À Adriana Caparelli, Ana Paula e Giovanna Tannús, Dr. Carlos Teles e Dr. Nelson Teixeira e à massagista Silvana, que cuidaram de minha saúde e, mais do que isso, me deram apoio constante nos momentos de fragilidade.

Um abraço carinhoso, do meu mais profundo agradecimento, àquela que, muitas vezes, deixou sua própria casa para cuidar da minha, foi mais que amiga, foi mãe e irmã.

Sem o apoio de Vânia Mar da Silva, minha auxiliar, eu não teria conseguido realizar este trabalho.

Minha mãe, meu marido e meus filhos sempre se esforçaram para superar minhas constantes ausências, que procuraram suportar com carinho, amparando-me, cada um ao seu modo, nos momentos nada fáceis de dedicação total e exclusiva ao trabalho de conclusão da tese.

A todos, meus agradecimentos.

Velha Casa

*Ah! casa!
casa da minha infância.
Um dia me acolheste
me abrigaste
povoaste de sonhos
meus tempos de criança.*

*Depois foi preciso partir
abandonei-te na dor.
Naquele dia de corte
até o melado com farinha perdeu o sabor
e eu perdi o meu norte.*

*Caminhei longos caminhos
vaguei pelo mundo
morei casas grandes
demorei-me aqui e ali.*

*De repente, percebi
que você, casa da infância
mora bem no fundo de mim.*

*Penetraste minhas entranhas
configuraste meus espaços
organizaste meu mundo
comandaste meu rumo.*

*Sou salas parcamente iluminadas
sou quartos cheios de camas
sou corredor escuro
sou cozinha e despensa
desenhadas fantasiosamente
pelas labaredas do fogão de lenha
e pela chama azulada
da lamparina de querosene.*

*Sou casa aberta para o quintal e para a rua
para o sol e para a lua
sou por isso fragrância
de jabuticabeira e laranjeira
cheiro de alecrim e capim gordura.
Sou poeira levantada pelo gado
manada de gado a desfilar
pelas ruas (...)*

*Sou cantiga de carro de boi
lamíria de rolinha
zunido de mosca
no calor dos dias modorrentos
de um arraial mineiro
da década de trinta.*

*Sou do sertão, do interior.
Introvertido.
Avesso por dentro: fervo
não travesso por fora: comporto-me.*

*Sou aventura e rotina
quebra e continuidade
revolução e tradição.*

Tiago Adão Lara

RESUMO

Este estudo analisa mudanças nas formas de sociabilidade e nos hábitos alimentares de famílias mineiras que ocorreram com a expansão das comidas *por quilo* e congêneres, a partir do final da década de 1980, quando é percebida uma tendência ao aumento do número de refeições cotidianas realizadas fora de casa. O *self-service* foi considerado um *locus* privilegiado de análise dessas mudanças, ao mesmo tempo que expressão da imagem de uma sociedade caracterizada pela multiplicidade de opções para escolhas individualizadas, em todos os níveis da vida, em que cada pessoa compõe o seu “cardápio próprio”, variando desde a mais elementar de suas necessidades, a de se alimentar, até a própria identidade.

Concentramos o estudo no Estado de Minas Gerais, dando continuidade à pesquisa anterior sobre a cozinha e a construção da imagem do mineiro, realizada no mestrado, cujos dados constituem parâmetros de referência para a comparação com a década de 1990.

Visando à compreensão do momento estudado, retomamos algumas análises relativas às alterações nos espaços público e privado, assim como nas relações entre eles e, nesse contexto, analisamos as modificações nas relações de gênero e nas estruturas das famílias.

Por meio da utilização da metodologia qualitativa e da seleção de três cidades de diferentes portes, buscamos observar em que medida ocorreu o crescimento de refeições feitas fora de casa, deixando de ser característica apenas de grandes centros, e como esse fator se relaciona às transformações sofridas pelas famílias mineiras nos últimos anos do século XX.

PALAVRAS CHAVE: Sociologia da Alimentação, Hábitos Alimentares, Formas de Sociabilidade, Relações de Gênero, *Self-Service*.

ABSTRACT

This study analyzes changes on ways of sociability and on eating habits of families from Minas Gerais (Brazil), starting in the latest 1980's, with the expansion of restaurants "by kilo" (weight) and similar, time at which a tendency of an increase in the number of daily meals taken place outside the home is noticed. The self-service was considered a privileged *locus* for analysis of these changes, and at the same time an expression of the image of a society characterized by the multiplicity of options for individualized choices, in all levels of life, in which each person makes his/her "own menu", ranging from the most elementary of their needs, the need of eating, up to reaching their own identity.

The study was concentrated in the state of Minas Gerais, giving sequence to a previous research at the Master's level about cuisine and the construction of the *mineiro people* image, whose data constitute reference parameters to compare with the 1990's decade. Seeking a better understanding of the time period studied, we went back to some analysis related to the changes in the public and private spaces, as well as the relationship between them and, in this context, we also analyzed the changes in the gender relationships and in the structure of families.

By using the qualitative methodology and the selection of three cities of different sizes, we sought to comprehend in what extent the expansion of eating out occurred, ceasing to be a characteristic of large centers only, and how this factor relates to the changes in families from Minas Gerais taken place in the last years of the XX century.

KEY WORDS: Sociology of Food, Eating habits, Ways of sociability, Gender relationships, *Self-Service*.

Sumário

Dedicatória	iv
Agradecimentos	vi
Epígrafe	xi
Resumo	xii
Abstract	xiii
Introdução	01
Por que <i>self-services</i> ?.....	01
As refeições rápidas na ótica das Ciências Sociais.....	10
Pensando a redefinição e re-significação de hábitos e comportamentos alimentares..	16
Técnicas de análise e universo da pesquisa.....	23
Cap. I: Restauração fora do lar: dos <i>restaurants</i> aos <i>fast-food</i>	36
Comer fora e os primeiros restaurantes.....	37
- Comer fora e os primeiros restaurantes no Brasil.....	44
Origens dos <i>fast-food</i> : história ou lenda?.....	50
<i>Fast-food</i> à moda brasileira.....	56
- Alimentação fora do lar nos anos 90.....	65
Cap. II: A sociedade <i>self-service</i>	69
Tempo, espaço e individualização	70
Reestruturação da família e do trabalho doméstico.....	78
Um olhar sobre o mundo da casa brasileira.....	85
- “Lugar de homem é na cozinha?”	89
- E lugar de mineira, é na cozinha?.....	94

Cap. III: As famílias vão às novas “vitrines”	103
Os novos <i>habitués</i> : uma opção planejada.....	104
Espaços de uma nova cena familiar.....	119
“Os iguais e os diferentes”: diferenciação e hierarquia nos serviços.....	129
Cap. IV: Reestruturação de hábitos e comportamentos alimentares em Minas...	136
“Feijão, angu e couve”	137
Feijoada, sushi e spaghetti	144
Miojo e Cia.	155
“Visão de dentro” versus “visão de fora”	163
<i>Self-service</i>: expressão de uma nova sociabilidade.....	175
Referências Bibliográficas	184
Anexo 1 (Dados das pessoas entrevistadas)	194

Lista de Tabelas

1-Entrevistas com freqüentadores	27
2-Entrevistas com proprietários e gerentes	27
3-Escolaridade dos freqüentadores	32
4-Estimativa de crescimento populacional das cidades pesquisadas.....	66
5-Número de estabelecimentos (restaurantes, churrascarias, pizzarias e cantinas).....	66
6-Número de freqüentadores entrevistados por faixa etária e sexo	106
7- Tempo de freqüência às refeições fora de casa.....	110
8- Ocupações fora de casa dos freqüentadores entrevistados.....	111

INTRODUÇÃO

Por que *self-services*?

Nosso interesse pelo estudo da comida iniciou-se no mestrado, quando realizamos a pesquisa sobre a importância da cozinha na construção da imagem do mineiro, procurando unir o interesse acadêmico à proposta pessoal e apaixonada pelo tema, propiciada de maneira especial pelos rituais da chamada *hospitalidade mineira*, cuja tradição, herdada dos hábitos reinóis, consiste em associar o *bem receber* ao servir mesas fartas. A observação da pródiga exposição e a oferta de alimentos em ocasiões festivas e nos momentos mais corriqueiros do cotidiano estimulou nossa reflexão sobre a cozinha como espaço privilegiado de convívio e relações sociais.

A imagem de um *típico mineiro* opera tanto num plano interno como extrapola fronteiras regionais. A cozinha constitui um dos pilares centrais dessa imagem, ao lado de outros elementos consagrados, como a hospitalidade, uma ética do *trabalho em silêncio* e uma vocação para estabelecer o equilíbrio e a conciliação no que diz respeito à política, dentre outros.

O papel central que a cozinha assume torna-se possível pelo fato de que podemos falar de *cozinha materna*, assim como de língua materna, que permanece como referência viva mesmo na memória daqueles que migram, constituindo elemento importante na pauta da identidade, num plano universal. No entanto, nem sempre esse elemento da identidade é selecionado para projetar uma imagem regional, como acontece em Minas.

A compreensão da singularidade do caso mineiro exigiu o estudo do processo histórico, possibilitando o reconhecimento da tradição resultante de um conjunto de fatores que combinam determinantes históricas e simbólicas, cujos elementos persistiram no decorrer

dos séculos, desde o povoamento da capitania até as primeiras décadas do século XX, conformando padrões alimentares e de convívio caracterizados por uma *longa duração*¹.

A ampla exposição de alimentos foi parte significativa da extrema ritualização que marcou o cotidiano dos habitantes de Minas, demarcando simbolicamente hierarquias e *status* social, nas reuniões públicas, como as festas religiosas, e nas reuniões íntimas, como banquetes e merendas, pretextos para o convívio e estabelecimento de relações sociais.

A referência ao modelo europeu para a nova sociedade, que se construiu no decorrer dos séculos XVIII e XIX, manifestou-se no conjunto que associava a busca de padrões de comportamento refinados e *civilizados* ao conjunto de preceitos ordenadores de caráter simbólico, necessários para o estabelecimento e manutenção de uma ordem alimentar e, ao mesmo tempo, social. Dessa forma, ao longo desse período histórico, conformaram-se padrões que caracterizaram hábitos alimentares, determinados por prescrições configuradas numa rede de tabus, que se combinaram a fatores como a maximização de recursos necessários à subsistência, a disponibilidade de abastecimento, o tipo de relações sociais que se estabeleciam tendo o alimento como centro – o que dependeu dos diferentes tipos de sociabilidade vividos nos dois distintos períodos que identificaram o passado mineiro, o da mineração e o da ruralização -, durando até as primeiras décadas do século passado.

Os hábitos, de maneira geral, e os alimentares, em particular, permaneceram estáveis, propiciando a valorização do passado. As próprias condições históricas de uma sociedade pouco sujeita a mudanças, cujo ritmo lento foi marcado pela monotonia advinda do predomínio das relações sociais imediatas², e cujo processo de industrialização e urbanização

¹ Referimo-nos aqui ao conceito de BRAUDEL (1976), já utilizado em nosso estudo dos hábitos alimentares e formas de sociabilidade no passado mineiro (ABDALA, 1997), inspirado na discussão de ARRUDA (1990).

² Cf. Arruda (1990, p.207): *As condições históricas de Minas, geradoras de um ritmo lento do tempo e criadoras de todo um universo social que tende para a preservação de laços societários imediatos, podem gerar, do ponto de vista dos agentes, certa tendência à valorização do passado, uma vez que não surgem novas situações históricas capazes de absorvê-los e integrá-los em outro tecido social.*

aconteceu já avançado o século XX, favoreceram a longa permanência desses padrões, mantendo viva a tradição, mesmo quando restrita a ocasiões especiais, como festas e reuniões de família.

Essa tradição combina elementos do século do ouro – quando as dificuldades de abastecimento atingiam senhores, escravos e homens livres, nem sempre permitindo um cardápio diferenciado – às poucas novidades do período posterior, como a maior variedade de quitandas e doces que a fartura das fazendas propicia. A manutenção de um vínculo com o passado assume importância na construção da identidade e na projeção da imagem, uma vez que são possibilitadas pela existência de um *mito da mineiridade*³, que se origina nesse mesmo passado lembrado como glorioso.

A cozinha do passado reúne elementos essenciais à permanência do *mito*. Presente na memória, como tradição, é permanentemente reavivada como *culinária típica* com publicações e estabelecimentos especializados, campanhas na *mídia*, crônicas, discursos de políticos e memorialistas. A variedade de receitas, sabores e alquimias perde nitidez, reforçando a idéia de unidade, fundamental para a existência do *mito*. Feijão tropeiro, angu, couve, frango com quiabo, lombo com tutu, canjiquinha com costela, pão de queijo, broa de fubá, doce de leite, cachaça e um sem número de compotas de frutas são alguns dos ícones associados à imagem do mineiro. Espécies de rótulos, evocam a comunidade no passado, a mescla de sub-regiões, e de tradição e inovação, numa verdadeira mágica que faz das várias Minas a *patriazinha*, conforme tão bem expressou Guimarães Rosa.

³ A concepção da mineiridade como mito foi desenvolvida por Arruda, em seu livro *Mitologia da Mineiridade*. Para a autora: [...] o pensamento mítico revelou-se adequado para caracterizar a mineiridade, ao expressar um grau de complexidade e articulação capaz de conter no seu interior uma visão de toda a trama social. A complexidade advém do objeto que pretende dominar, isto é, a história dos homens. Deriva daí a necessidade de forte coerência interna, presente na articulação, sem a qual o indispensável poder de convencimento restaria amulado. A dimensão atemporal – evidente na mineiridade – resulta da natureza mítica: a história é objeto do mito, assim não se pode confundir com ela; na sua pretensão de dominá-la precisa superá-la, aparecer como se sobre ela pairasse. O núcleo do pensamento mítico gira em torno da origem. Na mineiridade foram os incondientes vivendo em ambiente ilustrado, os fundadores dos mineiros [...] Finalmente, cabe ao mito promover a identificação. Esse aspecto decorre dos outros mas, ao mesmo tempo, explica-os, na medida em que abre caminho para a 'praxis'... (ARRUDA, 1990, p. 130-131).

Esse primeiro estudo que nos conduziu à viagem, percorrendo os séculos passados, buscando recompor a urdidura do que se convencionou chamar de *tradicional e típico mineiro*, possibilitou-nos a percepção de hábitos que se referem a práticas costumeiras, tidas como *ideais*, reproduzidas de geração para geração como modelo *correto* e duradouro. Desde o início do século, a maior disponibilidade de renda e a maior variedade alimentar introduzida com a vinda de imigrantes estrangeiros europeus, e acentuada com a abertura de hipermercados na segunda metade do século XX, não parecem ter provocado ruptura nos padrões costumeiros. O cardápio básico permaneceu constituído de arroz, feijão, carne – predominando o frango e o porco –, mandioca, milho, farinha, couve e legumes cozidos; embora muitos pratos tenham sido, posteriormente, aí incorporados, como foi o caso da macarronada, do quibe, da *esfiha*, de verduras e legumes como o tomate, o repolho, a alface, a cenoura, o brócolis, de enlatados como o creme de leite, as salsichas e a maionese, dentre outros. Houve, também, uma crescente influência dos discursos dietéticos, veiculados pela *mídia*, e do *marketing* de produtos industrializados, de consumo rápido. Entretanto, a referência ao modelo *idealizado* relativo à comida *tradicional e típica* permaneceu como forte elemento de identidade presente nos momentos especiais.

De outro ângulo, perceberemos o predomínio das refeições cotidianas realizadas em família, no interior dos lares, costume que atravessou séculos. Além dessas, até meados do Novecentos, o banquete, a merenda, o cafezinho com quitandas mantiveram-se como pretextos de convívio e estabelecimento de relações sociais, acolhendo na casa quem vinha de fora, no calor da melhor hospitalidade herdada da tradição portuguesa. O papel da cozinha e da mulher, atriz privilegiada nesse domínio, não sofreu alterações substanciais. Ela permaneceu responsável pelos rituais que fundamentaram a eleição da hospitalidade e da afabilidade no trato, como traços do perfil do mineiro que se delineava. Também na rua, os

locais onde se vendiam alimentos propiciaram o encontro, o convívio, tanto na sociedade oitocentista, cuja normatização dificultava as possibilidades de regozijo coletivo e quando a necessidade de ordem se combinava à imposição de uma dedicação total ao trabalho – que, no mais, era reforçada pela ganância do ouro –, quanto na sociedade ruralizada do século XIX, onde os contatos se tornaram raros e difíceis (ABDALA, 1997, p.171).

O tardio processo de industrialização em Minas, acompanhado pelo posterior crescimento do setor de serviços nos grandes centros urbanos, certamente provocou mudanças nos modos de vida⁴, afetando as refeições em família. A partir de meados do século XX, esse crescimento tem sido característico das maiores cidades brasileiras, em que as grandes distâncias, combinadas a precários sistemas de transporte, impuseram a necessidade da restauração fora de casa, pelo menos para boa parte da população, que dependia dos transportes públicos para deslocar-se. Na capital mineira, conforme registraram alguns de nossos entrevistados, entre as pessoas com funções mais bem remuneradas, ou entre aquelas com maior tempo de intervalo para o almoço, sobretudo nos casos em que se dispunha de veículo próprio, o hábito de tomar refeições em casa permaneceu até a década de 1980, aproximadamente, quando o caos no trânsito tornou-se realidade e passou a dificultar ou impedir os deslocamentos.

A partir de meados dos anos 1980 e, de maneira mais acentuada, na década seguinte, mudanças significativas nos hábitos alimentares cotidianos fizeram-se sentir mediante verdadeira alteração da paisagem urbana, com expressivo aumento do número de lugares destinados à alimentação fora de casa, como restaurantes, bares, lanchonetes, *rotisseries* e, posteriormente, restaurantes por quilo. Dados oficiais desse crescimento figuravam na grande

⁴ O conceito de modos de vida refere-se às maneiras de ser e de viver entendidas como condições de vida, hábitos, práticas, articulados às representações e ao campo simbólico. Está inspirado em LOBO (1992) e D'INCAO (1992).

imprensa, dando a expressão numérica dessas mudanças, com ampliação da ordem de até 100% no número de estabelecimentos de algumas cidades, a exemplo de Belo Horizonte.

A observação mais atenta desse fenômeno na cidade de Uberlândia, onde a pesquisa teve início, trouxe uma novidade que instigou nossa análise: a presença de famílias inteiras, de casais de idosos, de pessoas de várias idades que moram sozinhas, que passaram a freqüentar diariamente os restaurantes por quilo, fazendo desse hábito uma opção e transformando o restaurante na extensão da cozinha doméstica. Propusemo-nos, assim, compreender alterações nos padrões alimentares e formas de sociabilidade das famílias que optaram por almoçar fora durante a semana, realizando entrevistas em três cidades mineiras de diferentes portes, na perspectiva de analisar a hipótese de que a presença desse novo público provocava alterações no hábito de comer fora e deixava de ser privilégio dos grandes centros urbanos, motivado pela falta de tempo e dificuldades de deslocamento.

A concentração desta pesquisa em Minas deveu-se à possibilidade de dar continuidade ao estudo iniciado no mestrado, analisando as modificações havidas em relação ao período anteriormente abordado, que abrangeu desde a constituição da capitania das Minas Gerais, até meados da década de 1980, momento em que o estudo foi concluído, e que coincide com a abertura dos primeiros restaurantes por quilo.

As duas últimas décadas do século XX, que estudamos, foram marcadas por significativas transformações nos modos de organizar e viver em sociedade, que se relacionaram à crescente referência a uma transição paradigmática entre modernidade e *pós-modernidade*. O reconhecimento de mudanças profundas na estrutura das sociedades, a partir da segunda metade dos anos 1900, é partilhado por uma expressiva parcela dos cientistas sociais, ainda que haja divergências quanto ao conceito a ser empregado para nomear o

referido período, em razão das discordâncias relativas à efetiva superação da modernidade⁵. Neste trabalho, utilizamos os termos momento contemporâneo e contemporaneidade, concordando com Oliva-Augusto (1995, p.101-102) que:

*[...] ainda não estou convencida de que vivemos num mundo “pós-moderno”:
entendo que a modernidade permanece vigente e que os aspectos paradoxais
apresentados pela contemporaneidade são resultantes da explicitação de algumas
de suas virtualidades, não muito ressaltadas quando de sua emergência.*

Dentre as mudanças, interessam-nos aquelas que se processaram nas formas de sociabilidade⁶ e nos hábitos alimentares propiciadas, em parte, por alterações nas relações entre homens e mulheres, principalmente no âmbito doméstico. Trata-se de uma redefinição de atribuições relacionadas aos gêneros feminino e masculino, que, durante séculos, relegaram a mulher à vida privada, cuidando da família e da casa, ao passo que, ao homem, foram atribuídos os *papéis* públicos e a responsabilidade do trabalho remunerado capaz de atender às necessidades materiais do lar, como bem demonstrou Vaitsman (1994). Desde meados do século XX, um conjunto de mudanças estruturais vem colocando em xeque essa concepção de família moderna, fundada na dicotomia entre *papéis* públicos e privados, apontando para a necessidade de estruturação de *biografias individualizadas* para homens e mulheres, que passam a investir em carreiras educacionais e profissionais próprias, conforme analisou Beck (1992, 1998).

⁵ Aqueles que entendem ter ocorrido a superação da modernidade, comumente, empregam o conceito de *pós-modernidade*. Outros, como Beck, utilizam termos como *modernidade reflexiva*, indicando não a superação, mas a *modernização da modernidade*. Nesse sentido é pertinente a afirmação de Santos, segundo a qual, há evidente dificuldade em nomear o momento presente, uma vez que, para o autor [...] *Como todas as transições são simultaneamente semicegas e semi-invisíveis, não é possível nomear adequadamente a presente situação. Por esta razão lhe tem sido dado o nome inadequado de pós-modernidade. Mas, à falta de melhor, é um nome autêntico na sua inadequação* (SANTOS,1996, p.77).

Nos dizeres de Vaitsman (1994, p.35-36):

Em vários lugares do mundo industrializado, como parte da própria dinâmica da modernização que inicialmente as excluiu do mundo público, as mulheres foram aumentando sua participação no ensino superior, nas atividades profissionais, políticas, sindicais, artísticas e culturais a partir das últimas décadas, redefinindo fronteiras entre o público e o privado atribuídas segundo o gênero. [...] Desempenhando múltiplos papéis na esfera pública e em suas vidas cotidianas, muitas mulheres deixaram de restringir suas aspirações ao casamento e aos filhos.

Essas transformações estão relacionadas ao crescimento acentuado do setor de serviços e da economia informal que, ao mesmo tempo, é responsável pela incorporação de um grande número de mulheres como mão-de-obra e pela disponibilidade de atividades, cada vez mais variadas, que possibilitam a reordenação de tarefas caseiras mediante o consumo representado por uma espécie de “terceirização”. É o caso das refeições fora do lar, das lavanderias por quilo, das creches e de um sem número de outras possibilidades de resolver fora de casa atribuições secularmente destinadas ao domínio feminino do lar.

Dessa forma, não só as atribuições públicas e privadas relativas aos gêneros masculino e feminino sofrem alterações. À medida que várias atividades típicas do espaço privado efetuam-se em lugares públicos, mudam-se os comportamentos e as formas de sociabilidade tradicionalmente associadas a espaços definidos. Assim, a mescla e a indefinição desses dois espaços características desse período de transição *societal e paradigmática*⁷, apontadas por análises como a de Beck, sobre as esferas do trabalho e da política, podem ser percebidas, também, nesse domínio relativo a modos de se relacionar e de se comportar.

No contexto de mudanças, marcadas por um forte sentido de individualização, que se manifesta sob forma de *biografias reflexivas*, que fazem do indivíduo o centro de seu próprio planejamento e conduta de vida, a idéia de *self-service* parece adequada à composição da

⁶ Recorremos à formulação de Eufrásio (1996, p.38) para expressar o conceito de sociabilidade que melhor atende a discussão realizada neste estudo, a saber, [...] *uma consideração dos modos, padrões e formas de relacionamento social concreto em contextos ou círculos de interação e convívio social.*

imagem de uma sociedade que se caracteriza pela multiplicidade de opções para escolhas individualizadas, em todos os níveis da vida, em que cada pessoa compõe o seu “cardápio próprio”, variando desde a mais elementar de suas necessidades, a de se alimentar, até a própria identidade. As misturas inusitadas nos pratos dos restaurantes *self-service* constituem formas de expressão da heterogeneidade, da fragmentação, das composições *heteróclitas de colagens*, conforme expressou Castoriadis a respeito da individualidade possível na contemporaneidade, ou das *combinações caleidoscópicas*, nem sempre coerentes, para lembrarmos Lipovetsky, que marcam tanto as posições de sujeitos quanto as várias escolhas que se efetivam nos modos de organizar e viver na atualidade.

A observação do universo da restauração rápida fora de casa e a análise das entrevistas permitem refletir sobre a expressão local e particularizada das questões acima apontadas, balizadas por algumas indagações.

Que mudanças se efetivaram nas relações entre homens e mulheres, especialmente no âmbito doméstico, que propiciam a compreensão das alterações nas formas de sociabilidade e nos hábitos alimentares?

No que concerne à alimentação, que preceitos orientam as escolhas alimentares das pessoas que comem fora? O simbolismo associado aos alimentos crus e aos modos de cocção como cozido e assado permanece, foi re-significado ou se tornou um mero sinal destituído de significado?

⁷ Emprestamos os termos de Santos (1996).

As refeições rápidas na ótica das Ciências Sociais

Simmel foi o sociólogo que primeiro sistematizou a proposta de uma *Sociologia da Comida*. Segundo ele, o interesse sociológico pela comida reside no fato de que comer é um ato fisiológico, *primitivo*, comum a todo indivíduo, que se converte em conteúdo de ações comuns e possibilita a reunião, a socialização e a superação do mero naturalismo do ato. À medida que se converte em assunto sociológico, configura-se *submetida a estilo, estética, regulada supra-individualmente* (SIMMEL, 1986, p.265).

Na visão dos autores de *Sociology on the Menu*, em termos comparativos, já há longo tempo, disciplinas afins da Sociologia, como a Antropologia, a História e a Psicologia, têm demonstrado empenho nas questões relacionadas à comida e ao comer, enquanto se evidencia um *sociological neglect*, quando se considera a ausência dessas questões nos conteúdos das obras sociológicas de referência. Esse quadro só se altera nos últimos anos, com um crescente interesse de alguns sociólogos por tópicos relacionados à comida, com a intensificação de cursos nas universidades dos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido, uma verdadeira *inundação* de publicações e amplo desenvolvimento de pesquisas e organizações dedicadas ao estudo das dimensões culturais e sociais relativas à comida (BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.1-3). No entender dos autores, essa *onda de interesse sociológico*, que coloca temas ligados à comida no topo da agenda, deve-se, em parte, à ocorrência de mudanças no *centro de gravidade da Sociologia*, que volta sua atenção da análise do processo de produção para a organização social do consumo. Outras mudanças referem-se ao crescente interesse pelas experiências das mulheres, pelo trabalho doméstico, assim como pelos temas relativos a padrões dietéticos, segurança e higiene, métodos de produção, suplementos e qualidade de alimentos, relacionados a questões ambientais (BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.4-5).

No Brasil, os estudos a esse respeito consagrados como pioneiros são, nas décadas de 30 e 40, os do sociólogo Gilberto Freyre, com a publicação de *Casa Grande e Senzala*, destacando-se sua *Sociologia do Açúcar*, e os do geógrafo Josué de Castro, com seus vários escritos sobre alimentação e fome. Nos anos 1960, temos a extensa *História da Alimentação no Brasil*, do historiador Câmara Cascudo, e o clássico *Parceiros do Rio Bonito*, de Antônio Candido.

Outros dois nomes, geralmente esquecidos, são lembrados por Candido (1982): Alfredo Ellis e Silvio Romero. Para esse autor, na década de 1920, eles foram os primeiros a refletir sobre a alimentação. Nos seus dizeres, [...] *o primeiro no Brasil a avaliar a importância da alimentação para explicar o comportamento dos grupos sociais foi (deixando de lado algumas reflexões de Silvio Romero) Alfredo Ellis Júnior, em "Raça de Gigantes" (1926) (CANDIDO, 1982, p.32).*

Esses trabalhos pioneiros, assim como outros que se debruçaram posteriormente sobre o tema, constituem debates esporádicos, que se articulam temporariamente, com freqüentes interrupções. Um exemplo recente é a notória ausência de referências bibliográficas e de comunicações publicadas em anais de congressos, no período que sucedeu à pesquisa de um grupo coordenado por Velho e Woortmann, concluída em 1977, sobre *hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda*.

Um amplo debate sobre alimentação só foi retomado na reunião da Associação Brasileira de Antropologia, ABA, de 1996⁸, quando foi articulado um fórum sobre *comida e simbolismo*, em que se destacaram os trabalhos de Maciel, sobre cozinha gaúcha e identidade, e de Sérgio Teixeira, sobre a *Comilança*, ritual de descendentes alemães no Rio Grande do Sul. Rial, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), abordou os *fast food*. Outros se

concentraram na relação entre comida e religião, como Corrêa e Ferreti, do Maranhão, e Sousa Júnior, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Compuseram também o grupo pesquisas sobre alimentação de indígenas brasileiros, como as de Espinola, da UFSC, e Van Velthen, do Museu Goëldi, e sobre hábitos alimentares em Fernando de Noronha, de Rocha Lima; uma abordagem histórica sobre consumo de chocolate entre os séculos XVI e XVIII, de Agnolim, da Universidade de São Paulo, e a análise da cosmologia protestante fundamentado na *Festa de Babette*, de Lima, da Universidade Federal de Goiás.

Nas décadas de 1980 e 1990, houve ainda duas pesquisas realizadas em Minas, sobre cozinha e identidade regional: uma delas, em Juiz de Fora, por Dutra, mestre pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, que estudou hábitos alimentares das camadas médias da cidade e outra, sobre a cozinha e a construção da imagem do mineiro, de nossa autoria. No Paraná, Bonin e Rolim analisaram a tradição e a inovação dos hábitos alimentares, enfocando o papel do *marketing*. Santos escreveu *História da Alimentação no Paraná*, e Demeterco pesquisou cadernos de receitas e comensalidade em Curitiba. Na Bahia, Costa Lima estudou a *etnoculinária do acarajé*.

Atualmente, há uma visível ampliação das pesquisas na área, reforçada por um crescente interesse demonstrado pelas publicações sobre cozinha e temas afins. O expressivo investimento editorial nesses temas pode ser evidenciado pelo grande número de lançamentos ocorridos durante os últimos anos, amplamente divulgados pela mídia.

Na reunião da ABA-2000, algumas propostas apresentadas deram continuidade a temas debatidos em 1996, como comida e identidade, comida e religião, alimentação indígena e de pequenas comunidades e exploração de obras literárias. A biotecnologia e os alimentos transgênicos, os 500 anos de comida brasileira e o crescimento do setor de “comidas rápidas”

⁸As discussões desse grupo foram publicadas num volume especial sobre comida da Revista *Horizontes*

foram algumas das novas proposições. Alguns participantes da reunião anterior mantiveram-se, havendo um significativo aumento do número de pesquisadores(as) na área, e novos nomes vieram incrementar a discussão. Na ocasião, apresentamos nossa proposta de pesquisa, enfatizando os restaurantes *self-service* como espaços onde uma nova cena familiar se desenvolve.

Como uma literatura brasileira específica sobre *self-services* é praticamente inexistente, a problemática da expansão das várias modalidades desses restaurantes no país, e das implicações resultantes nos hábitos alimentares e formas de sociabilidade, deverá ser construída pelos(as) pesquisadores(as) que se propuserem a enfrentá-la. Além de nossa proposta, existem outras pesquisas, algumas em andamento, como a de Janine H. Collaço, na área de Antropologia, sobre comidas rápidas no centro de São Paulo e nas praças de alimentação de Shopping Centers daquela cidade; e a de Edeli S. Abreu, na área de Nutrição, sobre uma avaliação alimentar da comida por quilo num bairro paulista.

Em língua francesa, é escassa a reflexão sobre restaurantes que oferecem formas rápidas de servir. De acordo com Rial (1992), pesquisadora brasileira que escreveu na França sua tese de doutorado sobre os *fast-foods*, há certa resistência e, até mesmo, menosprezo na abordagem desse tema entre pesquisadores(as) franceses(as), visivelmente expressos na própria crítica que seu orientador fazia à sua escolha. Além disso, embora tenha observado um significativo movimento nas grandes cadeias de lanchonetes, como MacDonalds, Burger King e outras, cujo número de pratos e lanches servidos atingia cifras consideráveis, ela constatou que essas ocorrências alimentares não constavam de dados oficiais sobre o comer fora na França⁹.

Antropológicos, citada na bibliografia deste trabalho.

⁹ Nos dizeres de Rial (1994, p.24): *Ce n'est pas un hasard si, en France, l'anthropologie de l'alimentation n'a pas encore dédié aux fast-foods des recherches en soi ..., bien que quelques chercheurs y voient un phénomène culturel significatif*

Outro estudo de um brasileiro realizado na França é o de Ortiz (1994), sobre mundialização da cultura, que traz uma boa contribuição em relação às formas de alimentação contemporâneas, retomando o debate empreendido por Fischler, a respeito da chamada *macdonaldização*.

Flandrin e Montanari (1998) organizaram uma pequena enciclopédia sobre a História da Alimentação que muito contribuiu para nosso trabalho, uma vez que reúne informações históricas e sobre a atualidade fundamentais à compreensão de nosso tema, com especial destaque para os tópicos sobre *Nascimento e expansão dos restaurantes* e a *MacDonaldização dos costumes*, cujos dados incorporamos à nossa discussão.

Na literatura de língua inglesa, destacamos o valioso trabalho de Mennell, Murcott e Otterloo (1992), organizadores de um estudo histórico sobre esse campo, a saber, a alimentação e as práticas culinárias, que eles consideraram como *empreitada recente* da Sociologia. Examinando as principais orientações teóricas e a evolução da trajetória das pesquisas nessa área, tais autores oferecem uma importante visão de conjunto das grandes linhas de pesquisas sociológicas, históricas, etnológicas e sócio-biológicas. Além disso, em 12 capítulos, detalham toda uma gama de temas abordados por essas linhas, enfocando a relação entre práticas nutricionais e saúde; consumo em função de classes, sexo e idade; tecnologias da alimentação e efeitos do “colonialismo” em escala mundial; as formas da cozinha profissional e a aprendizagem das “ciências domésticas”; relações entre alimentação e divisão do trabalho doméstico; instituições totais e, finalmente, a comensalidade como fenômeno social.

(Pynson)... Ou si les recherches quantitatives sur les repas pris hors-foyer menées par le respectable INSEE n'ont prévu jusqu'à maintenant aucune catégorie concernant les fast-foods – le questionnaire prévoit les cafés, les restaurants, les cantines, etc, mais pas les fast-foods. C'est-à-dire qu'à côté de leur visibilité notoire, qu'on constate dans les villes, dans les médias et chez les divers groupes sociaux, les fast-foods restent un sujet pour ainsi dire invisible pour la science sociale.

Uma importante contribuição, ampla e atualizada, sobre os temas mais candentes da Sociologia da Alimentação é *Sociology on the Menu*, de Beardsworth e Keil (1997). Os autores elaboram uma análise da construção de um sistema alimentar moderno, das perspectivas sociológicas no estudo do comer e da comida, das questões relativas a dietas, saúde e imagem do corpo e dos padrões de preferências e evitações como os relacionados ao consumo de açúcar e de carne e ao vegetarianismo. Dedicam um capítulo à organização social do ato de comer, com especial atenção ao comer fora, ponto de maior subsídio ao nosso estudo.

Os sociólogos Warde e Martens, de Cambridge, publicaram recentemente seu trabalho *Eating out – social differentiation, consumption and pleasure* (2000), obra básica para compreensão dos hábitos ingleses do comer fora, que resultou de detalhada pesquisa sobre o tema. Também nesse livro, não há referências a soluções como as dos *self-services* brasileiros. Os itens abordados, que nos interessam de maneira especial, são os diferentes significados atribuídos à refeição e ao comer fora; as razões para o comer fora e a organização do trabalho doméstico e do serviço nos restaurantes.

Nos EUA, as reflexões mais constantes entre estudiosos, sobre hábitos alimentares americanos, e sobre o comer fora, estão concentradas nas grandes cadeias de *fast-food*. Não encontramos análises sobre o sistema *self-service*. Há um extenso documento do *Food and Drug Administration* (FDA), referente à regulamentação desse sistema nos EUA, que mostra as exigências extremamente severas quanto ao acondicionamento em temperaturas adequadas, ao tempo de exposição do alimento, às condições higiênicas e outras regras, sem dúvidas mais rigorosas que as nossas, que sugerem haver maior dificuldade para implantá-lo em cidades americanas.

De modo geral, no amplo levantamento bibliográfico que realizamos, percebemos que na Europa e nos Estados Unidos, no âmbito das Ciências Sociais, a discussão sobre a alimentação está plenamente consolidada, apresentando uma pauta diversificada de temas que abrangem aspectos da produção, preparação, distribuição e consumo do alimento e, mais recentemente, incorporando novos debates como os relacionados à biotecnologia e ao desenvolvimento sustentável. Notamos, ainda, que os estudos brasileiros recentes, relativos à comida e ao comer, concentram-se na área de Antropologia. No campo da Sociologia Brasileira, encontramos pouquíssimas discussões. Entendemos que uma investigação nesse campo deverá ser efetivada de maneira a contribuir para a consolidação do tema nas Ciências Sociais no Brasil, enfatizando a Sociologia da Alimentação no sentido de implementar um debate que ainda *engatinha* entre nós.

Pensando a redefinição e a re-significação de hábitos e comportamentos alimentares

No estudo *Receita de Mineiridade*, tivemos a oportunidade de discutir a importância da culinária regional na construção da imagem do mineiro e sua contribuição no reforço ao *mito da mineiridade*. A análise que efetuamos recuperava a história de hábitos alimentares e pratos considerados típicos que se foram estabelecendo como pilares dessa imagem, remontando ao período da ocupação do território das Minas, até os anos 1980, momento em que a pesquisa foi realizada. Percebemos que havia uma distinção entre *padrões idealizados* e *consumo efetivo*¹⁰, segundo a qual, os hábitos concernentes às práticas *tradicionais e típicas* permaneciam como referências, conformando uma identidade, mas restritos a ocasiões especiais. Um *consumo efetivamente realizado*, correspondente ao que é habitualmente

consumido, aparecia determinado por razões de ordem econômica e prática, atendendo a novas necessidades da vida diária, adaptando antigos hábitos, incorporando produtos industrializados, de consumo rápido, influenciados por estratégias de *marketing*, como biscoitos, iogurtes, sopas instantâneas, chocolates, *snacks* etc. (ABDALA, 1997, p.148-150).

Neste momento, dar continuidade ao trabalho anterior não significa insistir na compreensão que enfatiza o regional e a sua especificidade. Sem perder de vista a importância da culinária regional na afirmação da identidade, interessa-nos apreender, num contexto regional, o processo de mudanças em curso a partir dos anos 1990, tornando-se um verdadeiro *fenômeno nacional*. Chamaram-nos a atenção as transformações nos hábitos alimentares e nas formas de sociabilidade, ocasionadas por um crescente deslocamento das refeições realizadas entre quatro paredes, na intimidade do lar, para o espaço da rua, sobretudo nos restaurantes de *comida por quilo*, que proliferaram visivelmente nessa década. Esse movimento é indicativo de uma alteração nas relações entre os domínios da casa e da rua, cuja dinâmica tem se mostrado fundamental para a compreensão da forma como se estrutura a sociedade brasileira.

Por outro ângulo, as referências ao local e ao nacional adquirem sentido dimensionadas numa totalidade, o processo de *mundialização da cultura*, que penetra nas partes *redefinindo-as nas suas especificidades*, e remodelando suas *múltiplas particularidades* (ORTIZ, 1994, p.31)¹¹. Assim, torna-se instigante perceber como se efetiva, em Minas, essa relação entre o local e o mundial no âmbito dos comportamentos alimentares.

¹⁰ Esses conceitos que utilizamos aqui e em nosso trabalho anterior foram baseados na discussão efetivada por Velho em seu relatório de pesquisa (1977).

¹¹ A opção pelo conceito de *mundialização* se deve, em primeiro lugar, à sua aplicação específica ao domínio da cultura. Além disso, na forma como é proposta, a categoria “mundo” nos interessa por articular duas dimensões, a global e a local. Nos dizeres de Ortiz: *Ela vincula-se ao movimento de globalização das sociedades, mas significa também uma “visão de mundo”, um universo simbólico específico à civilização atual. Nesse sentido ele convive com outras visões de mundo, estabelecendo entre elas hierarquias, conflitos e acomodações. Trata-se, assim, de uma civilização cuja territorialidade se globalizou, mas que [...] para existir, tem que se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens* (Cf. ORTIZ, 1994, p.29-30).

Nesse novo contexto, continua fortemente presente o investimento em pratos industrializados, semi-prontos e de preparo rápido. Mas, na variedade de cardápios dos *restaurantes-vitrines*, que oferecem de tudo um pouco, ou naqueles que servem a comida regional, o *tradicional* e o *típico*, tidos como trabalhosos e “pesados”, que permaneciam restritos a encontros festivos, estão de volta à mesa cotidiana dos mineiros. Sem dúvidas, há uma nova significação a ser apreendida de um universo que, ao mesmo tempo, mescla tradição à inovação e práticas conservadoras a preceitos alimentares que exaltam o *light*, o *diet* e as novidades e exotismos provenientes do mundo todo.

Além disso, destacam-se as novidades introduzidas nesses *self-services*, relativamente aos alimentos costumeiros consumidos em casa, assim como à composição de cardápios utilizando combinações inusuais no espaço doméstico, devidas, em parte, à própria variedade que os restaurantes propiciam. As mudanças em curso pressupõem, ainda, novas formas de relacionamento com a própria família e novos grupos no convívio estabelecido por frequentadores habituais dos mesmos restaurantes ou, o exato oposto, um indivíduo solitário no meio de uma multidão.

E o que dizer a respeito da forma como são apropriados e re-significados alimentos crus, modos de cocção como o cozido, assado, frito, grelhado, procedimentos que simbolizam padrões sociais, econômicos, religiosos e não puramente alimentares?

No caso de Minas, a compreensão de um conjunto de fatores que combina determinantes históricas e simbólicas possibilitou-nos entender alguns hábitos consolidados durante séculos. Percebemos que os primeiros habitantes das Minas não comiam alimentos crus, demonstrando visível preferência por alimentos cozidos no dia-a-dia das casas. O assado sempre foi o prato das visitas, festejos e encontros dominicais. O processo culinário que resultava extremamente ritualizado, incluindo procedimentos cuidadosos que, muitas vezes,

duravam dias, significou uma *domesticação* da natureza rude com a qual o europeu se deparou. A transformação da natureza em cultura por meio do processo culinário representava, no plano simbólico, a necessidade de ordenar o universo social, diferenciando o homem do animal, o *civilizado* do *selvagem*. Delineando as oposições binárias quente/frio, forte/fraco, reimoso/sem reima, por sua vez, representava-se a necessidade de organizar a mistura de raças e grupos sociais, característica do período da formação da capitania das Minas Gerais. Preceitos alimentares e refinamento nas maneiras serviram, dessa forma, à demarcação de uma racionalidade e uma civilidade diante do etnocêntrico olhar europeu (ABDALA, 1997).

Sucessivas gerações perpetuaram esses preceitos, como podemos observar também na pesquisa de Rogéria Dutra, realizada em Juiz de Fora, no início da década de 1990. Sua análise reconheceu a mesma predominância de alimentos cozidos na mesa cotidiana, no caso da geração mais velha (na faixa de 70 anos), que conservava hábitos alimentares mais tradicionais. Além disso, foi constatada a permanência norteadora da classificação de alimentos em oposições binárias, que observamos em nosso estudo realizado no mesmo período.

Na atual circunstância, perguntamo-nos, que preceitos orientam aqueles que comem fora e como são redefinidos e re-apropriados em função da nova situação?

A alimentação está no centro da mobilidade que caracteriza esse processo de mudanças. A internacionalização de comportamentos alimentares é possibilitada por procedimentos de industrialização, conservação e diversificação, resultados de conquistas tecnológicas e incremento dos transportes e comunicações em nível mundial. Lembra Ortiz (1994) que *os alimentos descolam de suas territorialidades para serem distribuídos em escala mundial*. Pratos considerados tradicionais e típicos são integrados à cozinha industrial,

perdendo singularidade, caso característico da *Pizza Hut*. Além disso, a modernidade exige um padrão alimentar, cujo modelo é o *fast food*, adequado ao ritmo e às exigências dos novos tempos.

A fórmula adotada nos restaurantes *self-service* tem sua rápida expansão e aceitação devidas à reunião de elementos chave do modelo que se tornou padrão - tais como rapidez, auto-serviço, padronização acompanhada de variedade de possibilidades de escolha -, combinados à presença da chamada *comida caseira e típica*, que atua como forte referência identitária ao mesmo tempo que é valorizada como algo que alimenta *mais e melhor* se comparada ao lanche. Nesse contexto, destacam-se a comida por quilo e os congêneres, que, além de tudo, no Brasil, são comparativamente mais baratas que os lanches.

As combinações entre práticas tradicionais e modernas e entre hábitos mundializados e regionais, presentes nessa bem sucedida fórmula, constituem elementos centrais para a teoria social contemporânea, cuja discussão interessa-nos desenvolver neste estudo.

Observando esse momento do ponto de vista histórico, trata-se de mudança num processo de *longa duração*, no qual houve predomínio das refeições realizadas em família, no espaço da casa. Em Minas, com o declínio da vida urbana, característica do período da mineração, e a concentração da vida nas fazendas, durante todo o século XIX até início do XX, não se pode falar em hábito de tomar refeições fora de casa antes da segunda metade desse último século. Ainda assim, de maneira geral, a frequência aos restaurantes era mais comum como momento de lazer, em ocasiões especiais, predominando nos finais de semana e à noite¹².

¹² Em Uberlândia, por exemplo, até meados de 1980, eram muito poucos os restaurantes que serviam almoço, a grande maioria só abria à noite. Para almoço, havia os restaurantes dos hotéis e alguns bares e lanchonetes que serviam o popular *prato feito*. Além desses, pouquíssimos outros, que não totalizavam 10, se dividiam entre churrascarias, pizzarias e o serviço *a la carte* ou os chamados pratos executivos. Os primeiros restaurantes de comida típica apareceram já em meados dos anos 1990. Em Belo Horizonte, segundo Frederico M. Machado,

Na segunda metade do século XX, como já havia ocorrido em outros países, o processo de industrialização e o crescimento de algumas cidades impuseram o hábito de comer fora, para os brasileiros que trabalhavam a grandes distâncias do local de moradia. No entanto, em nosso país, o aumento expressivo do número de estabelecimentos que servem comida, como restaurantes, bares e lanchonetes, é fato recente, característico da última década desse século, e não se circunscreve às metrópoles, mas também abarca cidades médias.

Em Minas, são significativos os índices de crescimento apresentados por algumas cidades médias para os últimos anos da década de 1990, apesar de os números de restaurantes ainda serem baixos. Em alguns casos, como Montes Claros, a quantidade de estabelecimentos, considerando bares, restaurantes e lanchonetes, quadruplicou em 5 anos, passando de 10, em 1993, para 40, em 1998, 8 deles com o sistema por quilo. Em Uberaba, a situação em 1998 não era muito diferente: apresentando um crescimento de 20% em relação ao ano anterior, com destaque para os *self-services*, havia cerca de 40 estabelecimentos (número total)¹³.

Em Uberlândia, dos 190 restaurantes existentes no ano de 1992, 130 eram por quilo¹⁴. Em 1998, eram 239, no total, o que significa, em cinco anos, um crescimento de 24,5% no número de estabelecimentos, seguido por um aumento de 67,4% no ano subsequente, quando o total chegou a 400. Em Belo Horizonte, o crescimento no mesmo período (1993 a 1998) foi de 100%, totalizando 4000 restaurantes¹⁵.

Para um futuro próximo, a vertiginosa rapidez das transformações dos tempos atuais estimula previsões contraditórias. De um lado, profissionais da área de alimentação, entre os

que desde os anos 1970 trabalhava com restaurantes, antes dos restaurantes por quilo, as famílias de classe média almoçavam fora a cada 15 dias, nos fins de semana.

¹³ Conforme dados obtidos em 1998 por Daniela Camargos (Veja-Minas).

¹⁴ Conforme dados de publicação da Secretaria Municipal de Planejamento (1992). Nos outros anos, esses restaurantes não foram discriminados, aparecendo somente o total, que inclui restaurantes, pizzarias e churrascarias. Ver também BESSA (2001).

quais, grande parte de proprietários(as) de *self-services* entrevistados(as), apostam que a tendência a comer nesses estabelecimentos veio para ficar. De outro lado, no entender de alguns profissionais da área de *marketing*, o momento que pretendemos analisar corresponde a um costume que não veio para durar muito tempo, devido ao que eles consideram um retorno à intimidade, uma crescente solidão e isolamento e uma inclinação para relações *virtuais*. Faith Popcorn, em seu livro *Click*, observa que, no final do século XX, já se vislumbrava um *encasulamento* provocado pelo visível crescimento das comunicações e compras via internet, assim como dos serviços de entrega comandados por telefone (*delivery*). Para Edmundo Klotz, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação em 1998, o *delivery* é um dos setores com maior potencial de crescimento. No Rio de Janeiro, mesmo os restaurantes mais sofisticados entregam em domicílio (VEIGA, 1998:78). A visão do sociólogo Beck, em seu *Risk Society* (1992), também é indicativa dessa inclinação a um retorno ao lar, que, no seu entender, ocorre com a precarização das relações de trabalho e o aumento do número de pessoas que passam a exercer suas atividades em casa, o que é possibilitado pela informatização crescente.

Qualquer que seja o futuro vislumbrado para o comportamento alimentar, nosso interesse é analisar mudanças significativas de hábitos em uma parcela das camadas médias urbanas, que, desde o final dos anos 1980, trouxeram para o cotidiano dos restaurantes novos personagens como os idosos e as famílias. Objetivamos perceber a forma como a teoria social contribui para pensarmos essas mudanças, tendo como referência a reflexão de alguns autores sobre a contemporaneidade. Enfocaremos, nesse contexto, a análise das transformações nos

¹⁵ Os dados de Uberlândia são da Vigilância Sanitária e de publicações da Secretaria Municipal de Planejamento. Ver também BESSA (2001). Os dados de Belo Horizonte foram obtidos junto ao Sindicato dos Hotéis, Bares e Restaurantes da capital.

laços de família, relações de gênero e ocupações para, ao final, refletir sobre o *self-service* como propiciador de novas formas de sociabilidade.

Técnicas de análise e universo da pesquisa

Este estudo foi realizado em três cidades de diferentes portes, visto que pretendíamos observar em que medida ocorrera um crescimento do número de refeições feitas fora de casa, deixando de ser característica apenas de grandes centros, e como esse fator se ligava a modificações nos hábitos alimentares e nas relações sociais de famílias mineiras. As cidades escolhidas foram: duas do interior, uma com população entre 20 mil e 100 mil habitantes, a outra com população acima de 100 mil¹⁶, e a capital, respectivamente, Monte Carmelo, Uberlândia e Belo Horizonte.

O interesse nesse tema resulta mais de uma paixão aliada à curiosidade intelectual, do que de uma experiência vivida como *habitué* da refeição fora de casa. Na verdade, essa foi uma prática que conhecemos na segunda metade dos anos 1970, estudando longe da cidade de origem, em uma metrópole brasileira. Desde o início de 1980, trabalhando e morando em Uberlândia, nossa experiência com a refeição cotidiana fora de casa reduziu-se a buscar comida nos restaurantes por quilo, durante as férias das empregadas ou na ausência delas. Foi então, em meados de 1990, que as mudanças ocorridas tanto no cenário da cidade, provocadas pelo número crescente de restaurantes *self-service* que se abriam por toda parte, como no público diário desses restaurantes, chamaram-nos a atenção e começaram a nos inquietar.

¹⁶ As tabelas do IBGE, de classificação das cidades, segundo faixas de tamanho populacional, consideram: até 20 mil habitantes, de 20.001 a 100 mil, de 100.001 a 500 mil e acima de 500.001. É importante esclarecer que, no início deste trabalho, em 1998, quando da seleção das cidades, a população de Uberlândia estava em torno de 471 mil habitantes, portanto, na terceira faixa acima indicada. No censo de 2000 havia superado a casa dos 500 mil.

O novo formato por quilo certamente recebeu o público de trabalhadores e estudantes habitual no almoço cotidiano dos restaurantes de grandes cidades, e que ainda hoje constitui a maioria dos freqüentadores assíduos. No entanto, em sua origem, pensado para as famílias, como afirmam seus pioneiros em Minas, o sistema atraiu essa nova clientela, não só em grandes centros, como as capitais, mas inclusive nas cidades de pequeno e médio portes.

Sendo o nosso objetivo analisar as famílias que passaram a comer fora no dia-a-dia, nossa pesquisa ficou restrita aos restaurantes que utilizavam o sistema *self-service*, *buffet* ou quilo, com predominância do último, visto que constituíram a maioria das referências das pessoas junto às quais realizamos as primeiras sondagens. Além disso, nossa hipótese inicial era que o aumento desse público familiar tomando refeição fora de casa estava associado à adoção dessa nova fórmula de auto-serviço, combinada à rapidez e a custos relativamente baixos.

Observamos diferentes situações familiares as quais procuramos abranger na realização das entrevistas: famílias mononucleares (um único elemento), famílias monoparentais (somente um dos pais presente), aquelas formadas apenas por casais e casais com filhos - mesmo quando um ou mais membros estavam ausentes no horário do almoço. Destacamos o grande número de idosos, tanto sozinhos quanto casais.

No decorrer da pesquisa, a presença de menores de idade almoçando sozinhos em vários locais, chamou-nos a atenção. Assim, procuramos um contato com alguns deles por intermédio dos donos dos lugares que freqüentavam, mas obtivemos retorno de um número reduzido. De acordo com nossos intermediários, a presença deles sozinhos era esporádica, coincidindo com alguma atividade realizada nas proximidades ou com a eventual

impossibilidade do horário de almoço coincidir com o de outros membros da família. Conseguimos poucos registros na faixa de menores de 20 anos¹⁷.

A coleta de dados foi iniciada em 1998, com sondagens realizadas entre pessoas conhecidas que se tornaram freqüentadoras assíduas de restaurantes *self-service* durante a semana, nas duas maiores cidades. Foram efetuados, ainda, contatos com uma jornalista que preparava reportagem sobre o crescimento da comida por quilo em Minas, e dispunha de dados sobre algumas cidades de porte médio; com o responsável da vigilância sanitária de Uberlândia e com uma profissional da área de *marketing*, que ministrava cursos na Universidade da Ticket's Restaurantes do Brasil. Recorremos também a fontes impressas que registram o aparecimento dos primeiros *self-services* por quilo em Minas, como jornais da época, tanto da capital mineira quanto de circulação nacional, que faziam parte da documentação dos proprietários pioneiros no gênero. Esse procedimento visava a um conhecimento prévio do universo da pesquisa e à preparação de uma sistemática de abordagem desse universo. Por meio das indicações dessas pessoas e, muitas vezes, intermediadas por elas, realizamos grande parte das entrevistas com clientes e proprietários. Podemos dizer que se estabeleceu uma rede de informações por intermédio da qual clientes indicavam outros clientes e proprietários. Estes, por sua vez, também indicavam os *habitués* de seus estabelecimentos.

Um outro recurso de abordagem utilizado foi o da prática de freqüentar um lugar e depois nos apresentar ao proprietário ou a fregueses expondo nosso objetivo de realização da pesquisa e entrevistas. Esse procedimento foi menos utilizado que o outro, pois percebemos

¹⁷ Nesses casos, evitamos a abordagem direta. Por serem menores, o contato com estranhos desperta preocupação por parte de pais e dos(as) próprios(as) proprietários(as), que se sentem responsáveis por eles. Mesmo sendo intermediado, percebemos o cuidado de um dos pais que nos submeteu a uma verdadeira "sabatina" quando estabelecemos o primeiro contato telefônico com a filha de 14 anos. Diante do quadro de insegurança e violência em que vivemos, não lhes tiramos a razão.

uma diferença de receptividade desses possíveis informantes em relação àqueles para os quais éramos apresentados. Nesses casos, quando havia negativas, muitas vezes, eram dadas aos nossos intermediários, o que possibilitava um contato mais ágil e mesmo mais agradável com aqueles que optavam por nos receber. Ao contrário, muitos dos que abordávamos diretamente, às vezes, consentiam em participar, mas esquivavam-se de marcar os encontros ou mesmo de nos receber, quando os marcavam.

Na capital, contudo, tivemos de recorrer a essa última estratégia mais freqüentemente, já que era praticamente impossível ter conhecidos que nos apresentassem num universo de mais de dois mil *self-services* (estimativa de 1998)¹⁸. Destacamos o fato de que, nessa cidade, houve um único caso de proprietário com quem não conseguimos marcar a entrevista, sendo maior a resistência entre os freqüentadores. Em Uberlândia, cidade onde nascemos e moramos, a dificuldade foi bem maior, a ponto de concluirmos a pesquisa primeiro em Belo Horizonte.

Monte Carmelo foi a última cidade onde os dados foram coletados, em 2001, pois, em 1998, nas primeiras sondagens que efetuamos com pessoas de lá, o hábito de tomar refeições fora durante a semana não foi apontado como tendência das famílias locais. Novas sondagens em 2000 indicaram mudanças nesse quadro. A realização das entrevistas, primeiro com os proprietários, foi intermediada por pessoas conhecidas, e depois, pelos próprios donos dos restaurantes, que nos apresentaram os freqüentadores.

No total, foram 101 entrevistas, nas três cidades, nos anos de 1998 a 2001: 61 freqüentadores, 38 proprietários de 35 estabelecimentos e 2 pioneiros do ramo. Nesse total geral – 45 homens, 56 mulheres –, a quantidade de homens e mulheres ficou relativamente equilibrada devido ao grande número de entrevistados do sexo masculino na categoria de

¹⁸ Segundo números do Sindicato dos Hotéis, Bares e Restaurantes de Belo Horizonte.

donos de *self-services* (23). Entre os consumidores, no entanto, o número de homens (20) representou a metade do número de mulheres (41).

1-Entrevistas com freqüentadores

Cidades pesquisadas	No. entrevistas	Sexo masc.	Sexo fem.
Belo Horizonte	30	09	21
Uberlândia	23	09	14
Monte Carmelo	08	02	06
Total	61	20	41

2-Entrevistas com proprietários e gerentes*

Cidades	No. restaurantes	No. entrevistas	Sexo masc.	Sexo fem.
Belo Horizonte	13	14**	10	04
Uberlândia	19	19	11	08
Monte Carmelo	03	05**	02	03
Total	35	38	23	15

* Em Uberlândia, 1 gerente e, em Belo Horizonte, 2, os demais foram proprietários.

**Mais de um proprietário participou da entrevista.

Utilizamos basicamente dois tipos de entrevista, a semi-estruturada, aplicada mediante um pequeno número de perguntas abertas, e a centrada, *na qual, dentro de hipóteses e de certos temas, o entrevistador deixa o entrevistado descrever livremente sua experiência pessoal a respeito do assunto investigado* (THIOLLENT, 1987, p.35).

Preferimos esse tipo de entrevista à dirigida, cujos resultados são mais padronizados em razão do fechamento das questões. As duas modalidades escolhidas possibilitam obter maior profundidade nas informações, associada à capacidade de facilitar e de explorar as significações carregadas de afetividade, influenciadas pelos grupos aos quais os indivíduos

pertencem, por suas posições de sexo e geração e pela sua socialização. Dessa forma, na reflexão dos entrevistados, temos a expectativa de perceber ângulos não imaginados no nosso percurso¹⁹.

Nossa proposta inicial era aplicar somente a entrevista centrada. Entre os proprietários, porém, nem sempre isso foi possível. Foi necessário elaborar um roteiro para conduzir a entrevista semi-estruturada, pois muitos deles solicitavam que fizéssemos perguntas, não pareciam à vontade, falavam pouco e não nos forneciam alguns dados de que necessitávamos. Desse modo, em todas as abordagens, sugeríamos primeiro a forma centrada, mas sempre que solicitado, utilizamos um roteiro com questões abertas, também entre os frequentadores, embora em menor escala do que entre os donos de restaurantes.

O roteiro²⁰ que utilizamos para os proprietários consistia de algumas questões que visavam à obtenção de dados sobre a comida servida e os fatores que interferem na composição do cardápio, pratos mais consumidos e características do público assíduo: quem são, renda, sexo e idade. Outras questões eram abertas e procuravam levar as pessoas ouvidas a expressar reflexões e significações próprias sobre o sistema *self-service*, e sobre as peculiaridades do estabelecimento.

As informações sobre os donos de *self-services* são menos detalhadas. Diante da dificuldade inicial para conseguir entrevistas em Uberlândia, mesmo quando intermediadas – muitos protelavam o encontro, e alguns acabavam não nos recebendo –, aliada ao pouco tempo tornado disponível para a conversa e à atitude de desconfiança por parte de muitos

¹⁹ Desde nossa pesquisa de mestrado, temos optado por trabalhar com fontes orais, confiando na possibilidade de recuperar conhecimentos ainda não registrados, expressos na memória de experiências, que nos auxiliam a recompor e compreender processos históricos. A respeito dessa discussão, destacamos os *Cadernos e Textos* do Centro de Estudos Rurais e Urbanos (CERU), sobretudo os artigos de Maria Isaura Pereira de Queiroz.

²⁰ Os roteiros foram elaborados quando já havíamos realizado as sondagens e as primeiras entrevistas; portanto, dispúnhamos de uma base prévia dos discursos de proprietários(as) e clientes para formular as questões.

deles²¹, optamos por reduzir o roteiro a perguntas relativas ao cardápio e aos clientes. Essa foi uma das estratégias que utilizamos para conseguir a entrevista, porquanto, no primeiro contato, feito por telefone, na maioria das vezes, muitos perguntavam sobre o conteúdo das questões. Em alguns casos, constatada a importância do lugar, quando citado por várias famílias, foi necessário frequentá-lo, até conseguir a confiança dos responsáveis e, conseqüentemente, a entrevista.

Em Belo Horizonte, as dificuldades concentraram-se mais na disponibilidade de tempo de proprietários e proprietárias, mas acabamos por padronizar os procedimentos, utilizando o mesmo roteiro. Monte Carmelo foi a cidade mais receptiva; lá não tivemos problemas para conseguir as entrevistas.

De maneira geral, a maior parte das entrevistas com proprietários foi semi-estruturada, somente algumas poucas foram centradas, tendo sido possível recuperar dados de uma história pessoal, que nos informou sobre escolaridade, os motivos da escolha do restaurante como profissão e sobre a própria história do hábito de comer fora.

Em relação aos frequentadores, consideramos os motivos alegados para comer fora: as prioridades observadas na escolha de locais e comidas; as possíveis diferenças entre almoço e jantar e entre dias de semana e finais de semana; as especificidades associadas à presença de crianças; e questões abertas que buscavam a expressão de opiniões sobre mudanças nos hábitos e no ambiente.

Uma parte das pessoas entrevistadas preferiu não ter suas falas gravadas, solicitando que nós as anotássemos. Assim, procuramos deixá-las sempre à vontade, agindo da maneira que melhor atendesse a esse propósito, realizando de duas formas o registro das entrevistas:

²¹ O motivo mais alegado para recusas ou protelações foi o da falta de tempo; no entanto, alguns deles acabavam se soltando na entrevista, dando belíssimos depoimentos de vida e informações históricas importantes. Outros alegavam “não ter muito a dizer ou a contribuir”, procurando evitar nos receber.

por anotações e por gravações. Num total de 38 proprietários, somente 11 (28,95%) concordaram em gravar, comparados a 28 dos 61 clientes (45,9%). Entre estes últimos, a maior resistência demonstrada à gravação foi nas faixas acima de 50 anos, sendo que, nas faixas de 20 e 30 anos, os registros em gravador representaram quase a totalidade. 4 pessoas, 2 mulheres na faixa de 50 anos, 1 mulher na faixa de 60 e um homem na faixa de 30 pediram para ser entrevistadas por telefone. Nesses casos, impôs-se o recurso às entrevistas semi-estruturadas.

Algumas pessoas solicitaram não ser identificadas na transcrição de dados, enquanto outras não se importaram com o fato. Decidimos padronizar as citações identificando as falas somente com iniciais dos nomes.

Pessoas nas faixas etárias acima de 50 anos apresentaram maiores dificuldades para conceder entrevistas. Entre os 5 mais receptivos, acima de 60, estavam os três homens. As mulheres alegavam que não sabiam como poderiam colaborar, que não tinham muito o que dizer sobre o assunto e, embora normalmente não negassem o encontro, dificilmente conseguíamos marcá-lo. A percepção da existência de certa rejeição ao tema da comida e da cozinha, mesmo tratado pelo viés da restauração fora do lar, ficou particularmente clara em dois momentos. Uma das entrevistadas, uma senhora aposentada de Belo Horizonte, insistia para que eu anotasse seu gosto por música, viagens e leituras, desdenhando as perguntas sobre hábitos alimentares, alegando que para ela a comida não tinha importância. Era uma tentativa de demarcar sua diferença como mulher que teria outros interesses acima da comida e da cozinha, temas “menores”. Três irmãs de Uberlândia negaram o contato intermediado por uma sobrinha, considerando que o assunto não as interessava. Em outro caso, apesar da resistência inicial, a senhora tornou-se uma grande colaboradora ao perceber meu interesse pela riqueza de elementos que trouxe, das memórias do hábito na cidade.

Em Uberlândia, a faixa dos 50 anos foi a mais difícil. As mulheres desse grupo apresentaram o maior índice de rejeição ao serviço doméstico, em particular, à cozinha. Isso explica, em parte, a própria rejeição à entrevista, pois, das três entrevistas, duas foram feitas por telefone.

A escolha das pessoas foi feita sem preocupação estatística, considerando-se seu envolvimento com o tema. Inspiramo-nos em Michelat (1987, p.1999), para quem o indivíduo é representativo por ser *revelador da cultura tal como é vivida*, daí a importância de contar com a maior diversidade possível. Nesse sentido, entrevistando proprietários e seus clientes assíduos, objetivamos ver os dois lados da situação.

No caso dos clientes, procuramos contatar pessoas de ambos os sexos e de todas as faixas etárias freqüentes visando observar as possíveis diversidades de comportamentos e hábitos: abaixo de 20, de 20 a 29, de 30 a 39, 40 a 49, 50 a 59 e acima de 60 anos²². Foram abordadas, também, ocupações diferenciadas, que implicaram diversas faixas de renda: taxistas, empregados do comércio, de bancos, gerentes, micro empresários, professores de vários níveis de ensino, profissionais liberais, estudantes, donas de casa e aposentados (conforme tabela de ocupações no capítulo 3).

Os níveis de escolaridade também foram variados, embora, no balanço final dos dados, se verifique um grupo de entrevistados bastante escolarizado, sendo que 23 pessoas (37,7%) completaram curso superior e 22 pessoas (36,06%) completaram o segundo grau – dentre essas, 8 eram estudantes universitários -, totalizando 73,77. Os demais 22,95%, praticamente $\frac{1}{4}$, agregaram estudantes de primeiro e segundo graus, um técnico por correspondência, e pessoas que não concluíram esses graus, mas são escolarizadas. Somente em dois casos, 3,27%, não tivemos informação a esse respeito. Analisando por sexo, temos 17

²² A idade considerada foi a do momento da entrevista.

mulheres com grau superior (41,5%), 14 com segundo grau (34,2%) - 4 delas estudantes universitárias - o que representa 75,7% do total. 4 mulheres (7,3%) não concluíram o primeiro grau, mas todas se declararam escolarizadas. Entre os homens, 6 (30%) concluíram o nível superior e 8 (40%) concluíram o segundo grau - sendo 4 estudantes universitários - num total de 70%. Dois deles não deram a informação.

3-Escolaridade dos freqüentadores

	+ 60		50-59		40-49		30-39		20-29		-20		Total	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Ensino superior concluído	1	1	1	4	1	7	3	1	1	4			06	17
Ensino superior não concluído*						1								01
Ensino médio concluído	1	2		4	1	1	1	2			1	1	04	10
Ensino médio não concluído*		1												01
Técnico por correspondência	1												01	
Ensino fundamental concluído					1								01	
Ensino fundamental não concluído*		2		1				1						04
Estudantes universitários							2		1	4	1		04	04
Estudantes Ens. médio											1			01
Estudantes Ensino fundamental											1	1	01	01
Sem informação**	1	1		1	1					1			02	03

* Trata-se de pessoas que não concluíram os estudos e não estudavam no momento da entrevista.

** As 3 mulheres são escolarizadas, mas não informaram o nível de escolaridade.

Os proprietários e proprietárias foram escolhidos entre aqueles cujos estabelecimentos foram indicados nas sondagens como sendo locais mais freqüentados por famílias ou aqueles que foram os mais citados pelos clientes. Observamos também a localização dos estabelecimentos, procurando abranger bairros variados, nas duas cidades maiores, analisando, dessa forma, diferentes contextos do comer fora. Desde as sondagens, percebemos que havia relação entre a maior presença de famílias e a proximidade de bairros residenciais e

escolas de ensino fundamental e médio, assim como, nas imediações dos campi universitários, era maior a presença de estudantes e, nas regiões centrais, o maior público tendia a ser de trabalhadores.

Uma vez que optamos por não trabalhar com amostra estatística, a coleta de dados estendeu-se até o momento de redação final da tese²³. Nossa proposta esteve embasada numa abordagem sociológica, cujo método fosse capaz de propor *uma hipótese sobre os processos sociais que produzem fenômenos sociais*, priorizando-o em relação ao fornecimento de medidas precisas sobre esses fenômenos. De acordo com essa postura, fundada nas investigações de Bertaux & Bertaux-Wiame (1987, p.141) sobre as padarias artesanais francesas, existe um nível de *saturação* que é atingido quando [...] *sentimos que novas entrevistas não nos trariam nenhum novo conhecimento ao nível das relações sociais*²⁴. Esse fato, observado pelos pesquisadores em entrevistas realizadas com padeiros, aprendizes e suas esposas, parece perfeitamente aplicável à realidade de nossa pesquisa, no que diz respeito à descrição da rotina dos restaurantes por seus donos e gerentes. No caso dos frequentadores, que relataram trajetórias mais individualizadas, também percebemos recorrências, embora em menor escala. A esse respeito, lembramos a afirmação dos autores:

Esse processo de saturação do conhecimento significa que obtivemos seguramente uma certa representatividade, não ao nível do fenômeno mas ao nível das relações sociais que o produzem em qualquer lugar – seja em Paris, Marselha, numa pequena cidade ou num subúrbio (BERTAUX & BERTAUX-WIAME, 1987, p.141)

²³ Esse apego ao qualitativo, na expressão de Candido, resulta de uma insatisfação do sociólogo com análises feitas por meio de números, o que o leva a procurar [...] o pormenor, buscando na sua riqueza e singularidade um corretivo à visão pelas médias (CANDIDO, 1982, p.19).

Embora, a princípio, tenhamos selecionado três cidades de tamanhos distintos, visando observar o hábito de comer fora, prevalece a categorização das informações e a consideração das peculiaridades por grupos de idade. Esse procedimento deve-se a dois fatores. Primeiro, a constatação de que não foram os diferentes portes das cidades que determinaram padrões de hábitos do comer fora, mas processos mais amplos, que dizem respeito à reestruturação dos modos de viver e de se comportar em espaços públicos e privados, principalmente no que concerne à reestruturação das relações de gênero. Segundo, a opção pelo recurso metodológico fundado na saturação acabou orientando um recorte na análise dos dados por faixa etária e não por cidade.

No decorrer da pesquisa, as modalidades de *self-services* observadas foram se configurando como fórmulas com características bem nacionais, como soluções para a necessidade de comer rapidamente com claras peculiaridades culturais locais. Para melhor avaliar essa hipótese, recorreremos a dois procedimentos. Em primeiro lugar, a inclusão de um estudo histórico, demonstrativo do fato de que o hábito de comer fora não é propriamente uma novidade dos tempos modernos, procurando evidenciar os diferentes contornos e significados que ele assumiu, de acordo com contextos sócio-político-culturais específicos, moldando diferentes formas de sociabilidade. Nesse sentido, uma de nossas preocupações foi entrevistar os pioneiros no serviço por quilo das cidades escolhidas, na tentativa de recuperar parte da história dessa modalidade de serviço, visando compreender como inúmeras famílias passaram a compor o cenário cotidiano de estabelecimentos historicamente destinados aos viajantes e aos que trabalhavam ou estudavam longe de casa. Além disso, acrescentamos à literatura sobre o comer fora em outros países, a realização de sondagens com pessoas conhecidas que moraram ou ainda moram no exterior, procurando informações sobre as modalidades de *self-*

²⁴ No Brasil, temos na pesquisa de Nasser (2001), sobre moradores de albergues na cidade de São Paulo, um exemplo bem

services e as formas do comer fora em lugares como Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, Chile, EUA, Itália, França, Inglaterra, México e Nova Zelândia.

Dando início a nossa discussão, apresentamos o quadro histórico que culminou com uma proposta de refeições rápidas “à moda da casa”.

sucedido de delimitação das entrevistas pelo ponto de saturação.

CAPÍTULO I

Capítulo I

Restauração fora do lar: dos *restaurants* aos *fast-food*

As primeiras experiências do comer fora de casa, provavelmente, resultaram de relações de parentesco, vizinhança e linhagem, em festas, jantares formais e outras celebrações de significado simbólico, visando reforçar laços de reciprocidade (BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.100-102).

O comércio de refeições também sempre existiu no mundo inteiro, em todas as épocas. Desde tempos remotos, a humanidade cultiva o hábito de comer fora, associado a viagens e aglomerações de pessoas em feiras e mercados. O crescimento e a intensificação desse comércio no período moderno deveu-se, em parte, à associação entre o processo de urbanização e o gradual colapso da importância das relações de parentesco e obrigações sociais fundadas nas atribuições de *status*, que predominaram até a Idade Média. Até esse momento, poucos eram os que viajavam. Aqueles que o faziam a negócios oficiais podiam recorrer a parentes nos domínios feudais, e os peregrinos eram acolhidos em centros religiosos. Alguns desses viajantes alojavam-se em hospedarias (BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.104).

Desde a Antigüidade, tanto no Império Romano como na China, estalagens situadas ao longo das estradas ofereciam comida e alojamento para os viajantes. Nas grandes cidades romanas, havia sistemas bem desenvolvidos para a venda de comida (Idem, ibidem).

Datam do século XVIII os primeiros estabelecimentos que deram origem aos nossos atuais restaurantes, precedidos pelos Cafés e *gentlemen's Clubs*. Lugares geralmente refinados, bem decorados, amplos, claros, com mesas individuais forradas, eram espaços

privilegiados do desenvolvimento da civilidade cortês, traduzida em louças, talheres, gestos e novos hábitos à mesa, que se tornava acessível a camadas mais amplas da população, notadamente os burgueses²⁵.

No final do século XX, assistimos à expansão mundial de cadeias de *fast-food*, sobretudo as de hambúrguer norte americanas, difundindo um padrão adaptado aos novos tempos, em que desaparecem os talheres, os pratos, o atendimento individualizado, para dar lugar ao serviço rápido, de uma refeição comida com as próprias mãos, em qualquer hora ou lugar, rompendo os modelos de civilidade inaugurados pela aristocracia e difundidos pela burguesia até meados do século passado.

Nesse quadro, cabe analisar *os self-services, fast-foods* à moda brasileira, que tiveram grande impulso a partir de meados dos anos 1980, numa fórmula que associa rapidez ao tipo de comida habitualmente consumido nas casas.

Passamos a aprofundar esse rápido painel histórico do hábito de comer fora de casa, buscando perceber como se estabeleceu, como se organizou e o significado que assumiu em diferentes contextos.

Comer fora e os primeiros restaurantes

Cozinhas de rua existiram na China e em toda Ásia, desde tempos remotos até nossos dias. No Japão, ainda hoje, estudantes, funcionários e homens de negócio recorrem a cozinhas móveis, aos vendedores ambulantes ou aos supermercados, onde compram o *bentô*, muitas vezes, consumido na própria rua.

²⁵ De acordo com Elias, a mudança de hábitos alimentares, do comportamento à mesa, e o ritual de relações sociais que aos poucos se desenvolveram são parte de um processo de transformações de *longo prazo*, que elevou o conceito de civilidade à categoria de *comportamento social aceitável* (1990, p.111). Círculos restritos criam os modelos para atender à sua situação social em *conformidade com sua condição psicológica* (Idem, *ibidem*). Esses modelos se alteram gradualmente, atingindo

Na Europa, excetuando-se a venda de comidas em feiras e mercados e a venda de bebidas em hospedarias e tavernas, pode-se afirmar que foi bastante lento o desenvolvimento de formas comerciais relativas ao comer fora (BEARDSWORTH & KEIL, 1997).

Tavernas, hospedarias, albergues, *cabarets*, pastelarias, sorveterias, confeitarias e cafés precederam os restaurantes modernos, que apareceram a partir do Oitocentos. Até esse momento, várias corporações de artesãos eram necessárias para cumprir a função desempenhada posteriormente por um restaurante. Salões eram alugados por uma corporação, louça, talheres, guardanapos ficavam aos cuidados de outra, assim como não eram elas próprias que cuidavam da bebida e de diferentes tipos de comida (QUEIROZ, 1988, p.77).

O colapso do feudalismo e o crescimento das cidades possibilitaram um aumento do número de viajantes e da demanda por acomodações e locais para aprovisionamento, de novos e variados tipos. Nas grandes cidades, como Paris e Londres²⁶, surgiram oportunidades *inteiramente novas* de comer fora por prazer, e não tanto por necessidade, como foi o caso dos Cafés, no século XVII, que foram abertos como lugares para conversação, próximos aos teatros. No entanto, havia diferenças no modo como se desenvolviam na França e na Inglaterra. Entre os franceses, tornaram-se lugares dos mais populares para beber e comer, em geral, abertos a todos, *não hierarquizados*, em que os presentes [...] *could not be 'placed' in a social sense* (BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.105).

A respeito da suspensão temporária de diferenças sociais nesses lugares, que funcionavam como pontos de encontros e também de informações, Sennett faz as seguintes afirmações:

toda a sociedade e acabam consagrados como naturais. Esse fato pressupõe uma estrutura social especial, em que a um círculo cabe a função de formular os modelos, a outro as de difundi-los e assimilá-los.

²⁶ Beardsworth & Keil (1997) referem-se somente aos Cafés de Londres e Paris, embora eles existissem também em outras cidades como Veneza, Viena e São Petersburgo, conforme Pitte (1998, p.753).

Na virada do século XVIII, o nível social, excetuando-se o caso dos cafés, era de capital importância. Com a finalidade de angariar conhecimentos e informações através da conversa, os homens da época criaram, portanto, algo que para eles era uma ficção, a ficção segundo a qual as distinções sociais não existiam. Dentro dos cafés, se o cavaleiro tivesse decidido sentar-se, sujeitava-se à conversação livre, não solicitada, de seus socialmente inferiores (SENNETT, 1998, p.109).

Havia também os Cafés freqüentados somente pelos muito ricos, ou aqueles que atraíam as classes trabalhadoras, servindo chá, mais provavelmente do que café. Na Inglaterra, estiveram associados tanto ao lazer quanto ao trabalho, lugares onde os homens aproveitavam para realizar negócios e ler jornais (que eram caros para serem comprados individualmente)²⁷. Alguns deles tornaram-se tão exclusivos que acabaram por se transformar em *gentlemen's clubs* (Idem, ibidem).

Os restaurantes do mundo ocidental, como os conhecemos nos nossos dias, têm seus precursores em Paris, à época da Revolução Francesa. Por volta de 1765, a querela de Boulanger com a corporação dos *traiteurs*, dando origem àquele que tem sido considerado o primeiro restaurante da história, é amplamente conhecida de todos aqueles que se aventuram no mundo da gastronomia²⁸.

Nos anos imediatamente anteriores a 1789, multiplicou-se o número de profissionais que deixaram os serviços da aristocracia e estabeleceram casas que se tornaram famosas, servindo pratos requintados, em mesas individuais cobertas com toalhas. A Revolução acentuou esse processo, e um grande número de bons cozinheiros da corte e da nobreza, cujos patrões se refugiaram no exterior ou foram guilhotinados, estabeleceu-se por conta própria. A alta cozinha tornou-se acessível a todos quantos tivessem dinheiro para degustá-la nos novos

²⁷ De acordo com Sennett (1998, p.108): [...] no começo do século XVIII, proprietários de cafés londrinos passaram a editar e imprimir seus próprios jornais, reivindicando em 1729, um monopólio nesse ramo. Negócios tais como o de seguros [...] cresceram nos cafés. Por exemplo, o Lloyd's de Londres começou como um café.

²⁸ Por volta de 1765, um certo Boulanger [...] abre uma butique nas proximidades do Louvre [...] Vende aí "restaurats" ou "caldos restauradores", isto é, caldos à base de carne, propícios a restaurar as forças debilitadas [...] Mas não se contenta em servir caldo; prepara também pés de carneiro ao molho branco, desfazendo assim o monopólio da corporação dos

estabelecimentos que proliferavam. Sua reputação atraía clientes, como os deputados do interior, presentes em Paris durante a Revolução, e os oficiais europeus, que invadiram a cidade quando o Império desmoronou, em 1814.

Brillat-Savarin, autor de um clássico tratado de gastronomia do século XVIII, ressalta a importância da adoção dos restaurantes para *os cidadãos e para a ciência* da época. Em seu livro, temos uma boa visão das mudanças provocadas pela introdução dos novos estabelecimentos. O quadro descrito por ele do período que sucedeu aos *gloriosos dias de Luís XIV*, dos tempos da Regência e do ministério do cardeal Fleury, por volta de 1770, revela que, até essa época, visitantes estrangeiros só podiam recorrer a albergues e hotéis, que, com raras exceções, tinham cozinhas geralmente ruins, servindo o mínimo necessário e sujeitas a horários fixos. Os *traiteurs* tinham serviços de *buffet* que exigiam pedidos em grande volume, feitos com antecedência. Aqueles que não fossem convidados por algum particular opulento, saíam da cidade sem conhecer as *delícias da cozinha parisiense* (BRILLAT-SAVARIN, 1989, p.268). É visível, por parte do autor de *Fisiologia do Gosto*, o entusiasmo com os novos estabelecimentos e com a ampla clientela que eles passaram a atender, como se verifica nos trechos que se seguem:

Finalmente apareceu um homem de idéias claras, e percebeu que uma causa tão vigorosa não podia ficar sem efeito [...]

Ele foi o primeiro 'restaurateur', e criou uma profissão que leva à fortuna sempre que aquele que a pratica o faz de boa fé, com ordem e com habilidade.

1°. Graças a este meio todo homem pode fazer suas refeições às horas mais adequadas, de acordo com as circunstâncias em que se encontre segundo seus negócios ou seu prazer.

2°. Tem certeza de não ultrapassar a soma que julga apropriada para a refeição, uma vez que conhece os preços de cada prato desde o início.

3°. Uma vez acertadas as contas com a sua bolsa, o consumidor pode, à vontade, regalar-se com uma refeição sólida, delicada, ou atendendo sua gula [...]. O salão de um 'restaurateur' é o Éden dos 'gourmands'.

4°. É coisa extremamente cômoda para os viajantes, os estrangeiros, para aquele cuja família está temporariamente no campo, e para todos aqueles que, em poucas palavras, não têm cozinha própria ou estão dela temporariamente privados (BRILLAT-SAVARIN, 1989, p.268-269).

'traiteurs'. Em breve, estes movem-lhe um processo no termo do qual, contra todas as expectativas, um juiz do parlamento de Paris dá razão a Boulanger (PITTE, 1998, p.755).

Para o autor, com a difusão dessa alternativa, foram pesquisados novos alimentos, os antigos melhorados e invenções estrangeiras foram importadas, contribuindo para a ciência de então. Além disso, uma outra importante mudança apontada foi o fato de que alguns *restaurateurs* procuraram preparar refeições a preços baixos, aliando a boa comida à economia, assegurando, nas grandes cidades, o acesso de numerosos consumidores de baixos recursos como militares, empregados e estrangeiros.

O serviço cuidadoso, a decoração luxuosa, os espaços amplos, arejados, claros, em que as mesas ficavam afastadas umas das outras, tinham seu modelo nos Cafés do início do século, diferenciando os restaurantes das hospedarias e albergues ruidosos, nem sempre limpos, com suas grandes mesas coletivas.

Os nobres e os potentados das finanças continuaram a receber em seus salões, recorrendo a *chefs* de renome internacional. No entanto, muitos deles renderam-se ao hábito de *dîner dehors*, em busca de especialidades famosas, como as dos já então mundialmente reconhecidos *Beauvilliers*, *Véry* e *les trois frères Provençaux*.

De acordo com Pitte (1998, p.756), desde essa época já havia o hábito de ir ao restaurante em busca de uma *surpresa agradável, quebrando a rotina do cotidiano*. Os salões desses estabelecimentos eram divididos em três partes, abrigando a diversidade de freqüentadores, como se pode depreender da descrição feita por Brillat-Savarin (1989, p.270), no seu *exame do salão*. Ao fundo, os consumidores ruidosos, apressados, e *as famílias em viagem que se contentavam com uma refeição frugal*. No centro, os *habitués*, que geralmente pagavam um preço fixo. Num local mais calmo e elegante, os que não tinham pressa, como casais e amantes. A freqüência incluía *indivíduos conhecidos de vista, à vontade, como se*

estivessem em casa, iniciando conversações com seus vizinhos. Aqui e ali, estrangeiros, sobretudo ingleses.

No século XIX, na França, o número de restaurantes continuou crescendo e elevando seu nível. O requinte da aristocracia podia ser encontrado em restaurantes luxuosos da capital, com seus longos cardápios à disposição dos clientes abastados, para que fizessem sua escolha. Grimod de La Reynière, em seu *Almanach des Gourmands*, em 1908, declarava que, em Paris, havia 100 restaurantes para cada livraria, e que não existia outra cidade no mundo com multiplicação semelhante de comerciantes de comestíveis (PITTE, 1989).

No interior do país, desenvolveu-se uma forma de refeição em que era possível adquirir, nas casas de pasto e leiterias, pratos feitos em casa, com capricho, por preços módicos, atendendo às necessidades de artesãos, funcionários públicos e aposentados com pequenos recursos (PITTE, 1989).

No que concerne ao desenvolvimento de restaurantes, assim como ao dos Cafés, houve diferenças entre França e Inglaterra, inclusive quanto à época em que se estabeleceram. Segundo Driver, *In France, the public restaurant was a by-product of the Revolution; in mid twentieth-century Britain, of imperial decline* (DRIVER apud BEARDSWORTH & KEIL, 1997, p.108).

No período oitocentista inglês, cresceu o número de estabelecimentos que vendiam comidas, mas não se desenvolveram restaurantes no moderno sentido da palavra. Comer fora era visto como matéria de necessidade, mais que de prazer. A comida em Londres era vendida em feiras ou por vendedores de rua, para ser levada ou comida no local. Jantares mais formais e sofisticados eram realizados prioritariamente em residências. Também os novos hotéis construídos nessa época, mais finos e maiores, contavam com famosos *chefs* de cozinha,

tornando-se prestigiosos centros para comer fora, entretendo, em vez de encorajar, o desenvolvimento de restaurantes.

Homens e mulheres tinham diferente acesso ao comer fora. Os hotéis e as hospedarias eram os únicos lugares públicos onde as mulheres de *classes altas e médias* podiam comer respeitosamente. Os homens dessas *classes* tinham seus *clubs* e havia algumas tavernas para aqueles de *classes mais altas*. Ao contrário de suas homônimas do resto da Europa, as *taverns* inglesas aproximavam-se dos restaurantes, tanto na função social como no tipo de comida que serviam. Muitas vezes luxuosas, serviam iguarias escolhidas e, desde o século XVIII, eram freqüentadas por *lords* do Parlamento, que, durante suas estadas em Londres, nas reuniões anuais, mantinham moradias relativamente modestas ou recorriam a alojamentos. Assim, antes mesmo que na França, no período setecentista, o hábito de comer fora já estava estabelecido para os homens das altas classes inglesas.

Para atender ao crescimento de classes médias de trabalhadores nos grandes centros urbanos, os Cafés foram os locais pioneiros, que proporcionaram as refeições mais baratas para aqueles que estavam longe de suas casas, oferecendo os primeiros *take-away*. Posteriormente, foram se desenvolvendo tipos variados de comércio, para todos os níveis e preços. Do século XIX, veio uma das mais populares comidas inglesas de rua, o *fish and chips*. Originado nos mercados populares de Londres, seu consumo tornou-se habitual entre pessoas de camadas altas e médias, quando saíam de cinemas, de *pubs*, ou durante viagens. Certamente, esses estabelecimentos foram os precursores dos *fast-food* contemporâneos, como afirmam Mennell et alii (1992, p.81).

No final do século XIX, para Pitte (1998, p.759), desenhou-se uma segunda revolução na arte de comer bem fora de casa. As viagens de lazer já não se restringiam à alta aristocracia, ampliando-se os transportes rápidos e o turismo de luxo em toda a Europa,

expandindo-se uma nova fórmula hoteleira em que a mesa adquiria importância central, associada aos melhores cozinheiros do momento.

Comer fora e os primeiros restaurantes no Brasil

No Brasil, o comércio de rua envolvendo alimentos constituía prática secular. Eram conhecidas as negras quituteiras com seus tabuleiros desde a Bahia até o Rio de Janeiro, desempenhando papel importante nas minas de ouro do Setecentos mineiro, tanto como pontos de abastecimento, quanto de sociabilidade de escravos e homens livres trabalhadores. Também as vendas nas pequenas cidades, nas estradas e na zona rural, têm desempenhado essas duas funções, desde o povoamento do Brasil até nossos dias²⁹.

O pequeno comércio de alimentos era garantido às mulheres pobres e honestas, como às negras forras, tanto em Portugal quanto nos núcleos urbanos de suas colônias. A possibilidade de sobrevivência dessas mulheres era garantida pela venda de doces, bolos, frutos, queijo, leite, hortaliças e miudezas. O predomínio do sexo feminino nessas profissões durou até meados do século XVIII, quando o declínio da mineração liberou os homens para outras atividades, ao mesmo tempo que os grandes comerciantes sujeitos a pesadas taxações - a partir de 1756, devido ao Real subsídio³⁰ - passaram a se opor decisivamente à concorrência das negras de tabuleiro (FIGUEIREDO & MAGALDI, 1985, p.60).

Nas Minas dos Oitocentos, as reuniões dos consumidores, nas vendas e em volta dos tabuleiros, como também as reuniões festivas, possibilitaram o estabelecimento de relações de

²⁹ Nas pequenas cidades e estradas do interior do Brasil afastadas de grandes centros, ou mesmo na periferia das grandes cidades, ainda hoje as vendas desempenham papel central no fornecimento de gêneros e nas relações sociais, acolhendo sobretudo homens que tomam ali sua cervejinha ou cachacinha de final de tarde ou fim de semana.

³⁰ *Com o terremoto de Lisboa, em 1759, as Câmaras Municipais de Minas Gerais oferecem o subsídio voluntário (ou Real Subsídio) para reconstrução da sede do Estado Metropolitano. A base deste imposto [...] eram os estabelecimentos comerciais [...]* (FIGUEIREDO & MAGALDI, 1985, p.59).

intimidade, pessoalidade e solidariedade. No entanto, essas relações causavam incômodo às autoridades e provocavam inquietação nas elites, pelo ajuntamento que se efetivava entre as camadas populares. Esses encontros confrontavam a moral vigente, além de proporcionarem uma potencial ocasião de contestação do *status quo*, fato que os tornava sujeitos a várias regulamentações. Figueiredo e Magaldi (1985, p.52-53) fornecem-nos um quadro da situação:

Espaço preferido para o consumo de mercadorias básicas, as vendas, misto de bar e armazém, atraíam diversos segmentos da população pobre que compunham a sociedade mineira [...] Além de comprar, estes grupos regados pela 'aguardente da terra', inevitavelmente servida, envolviam-se com brigas, ferimentos e mortes em seu interior. Escravos aí organizavam fugas, além de comercializarem ouro e diamante furtados de seus proprietários. Para as vendas dirigiam-se também negros refugiados em quilombos, em busca de pólvora e chumbo para a resistência. Neste ambiente, no entanto, nem tudo lembrava violência: bailes, batuques e folguedos atraíam ao local camadas populares pobres em busca de um lazer coletivo. Confrontando-se com a moral vigente, estas ocorrências eram caracterizadas como manifestações de ociosidade pelas camadas dominantes, aspecto agravado ainda mais pela constante presença de prostitutas, muitas das quais fazendo das vendas seu local de trabalho.

As notícias dos primeiros restaurantes brasileiros vêm de relatos de viajantes estrangeiros em visita à Corte, como Debret (1989), no século XIX. Suas pinturas registram também a presença das mulheres negras, vendedoras ambulantes de doces, assim como das que faziam angu em grandes tachos, vendendo-o nas ruas.

Sobre os restaurantes, lembrando o ano de 1817, esse autor refere-se a um *monopólio italiano*, que se estabeleceu a partir do sucesso de um *restaurateur* dessa nacionalidade, que executava *refeições magníficas*, assim como banquetes e serviços particulares, satisfazendo aos hábitos dos europeus que afluíam à capital. Nos seus dizeres:

Encorajados com o êxito do proprietário do restaurante, outros italianos abriram sucessivamente um certo número de casas de comestíveis, bem abastecidas de massas delicadas, azeites superfinos, frios bem conservados e frutas secas de primeira qualidade [...] (DEBRET, 1989, p.62).

Maria Beatriz Nizza da Silva (1978), em seu estudo sobre as primeiras décadas do século XIX carioca, dá notícia das *casas de pasto* e *botequins*, com base em anúncios que retirou da *Gazeta* da época. O serviço das casas de pasto podia ser feito em mesas coletivas, cobrando-se por pessoa, ou em quarto separado, para quem preferisse, seguindo o costume europeu. O cardápio era constituído por massas, juntamente com carnes cozidas ou guisadas. Jantares para fora também eram oferecidos por essas casas, ligadas ao comércio de bebidas, café, bilhar ou a hospedarias, cada um ocupando espaço próprio. Uma análise comparativa mostra que serviam o jantar, principal refeição do dia, entre uma e duas horas da tarde. Algumas serviam almoços, *constituídos por caldos de galinha, café, frios* (SILVA, 1978, p.16).

Os botequins serviam petiscos variados e ofereciam jogos, como o bilhar e o gamão. As casas de café também constam de registros de estrangeiros, algumas com bilhares. Eram descritas como lugares de preços moderados, cujas porções eram de qualidade *inferior*, consistindo de café com açúcar não refinado, leite aguado, pão com manteiga inglesa, *um tanto rançosa*, e limonadas (LEITHOLD apud SILVA, 1978).

Os confeitários, na maioria italianos, também anunciavam na *Gazeta*, oferecendo jantares, ceias, refrescos, vinhos, massas variadas, conservas, doces, empadas e “pastelarias e confeitarias”. Na História da Alimentação no Brasil, Cascudo refere-se aos jantares de elite da Corte que eram encomendados às confeitarias famosas da época.

Antes do período novecentista, em relação ao comer fora de casa, poucos são os dados sobre a frequência aos restaurantes e outros lugares públicos. Estão mais bem documentadas as festas e reuniões sociais, realizadas em salões ou residências, muitas delas, banquetes, para os quais se contratavam os referidos serviços de cozinheiros ou de confeitarias.

No século XIX, as senhoras da Corte recebiam para o chá das cinco, com requintes e rituais aprendidos na Inglaterra, conforme descreve Lima (1993). A casa era o centro da sociabilidade mais acessível à mulher, responsável pelo espaço privado, em oposição ao homem, incumbido do espaço público, com as atividades econômicas, políticas, intelectuais, de comércio ou manufatura. No entender de Lima, no ritual do chá, a mulher conseguia *transcender a condição de coadjuvante* à qual estava relegada, obtendo pequenas, mas decisivas vitórias no espaço familiar, que ela passava a conquistar como seu domínio.

Essa forma de sociabilidade nos banquetes, merendas e saraus, que ocorriam de maneira privilegiada no espaço doméstico, foi uma característica presente na sociedade brasileira desde sua formação. Vale lembrar que, na Minas dos Setecentos, a mulher atuava como importante elemento para o desenvolvimento de relações sociais centradas no espaço da casa, responsável que era pelos verdadeiros rituais que acolhiam os de fora – convidados, hóspedes, visitantes -, no calor de uma hospitalidade herdada da tradição portuguesa. Isso ocorria numa sociedade extremamente fechada, que protegia suas famílias, principalmente suas mulheres, do grande número de *desclassificados sociais* que povoavam os centros mineradores, restringindo as possibilidades de encontros às festas religiosas e àquelas realizadas no lar (ABDALA, 1997).

O século XIX mineiro, momento de concentração da vida nas fazendas, também teve na casa o centro de sua sociabilidade. As vendas continuavam a desempenhar papel crucial como abastecedoras na zona rural e nas cidades, conservando-se como pontos de encontros das camadas de baixa renda. Muitas cidades perderam o vigor dos tempos da mineração e sua população, durante a semana, ficava reduzida aos padres, alguns poucos comerciantes e prostitutas.

A nova economia agro-pastoril, no entanto, propiciou destaque para algumas cidades com posição privilegiada de entroncamento comercial. Esse foi o caso de Juiz de Fora, importante centro comercial mineiro próximo à capital brasileira de então, cujos hábitos sociais e culturais inspiravam-se na Corte. Desde o final do Oitocentos até meados do século XX, eram comuns as reuniões em Confeitarias e Cafés requintados, alguns deles associados a hotéis, que receberam nobres em viagem da capital para Ouro Preto e, posteriormente, presidentes da República, como Arthur Bernardes. O serviço de cozinha desses hotéis era elogiado por ilustres hóspedes, como Arthur Azevedo. Os freqüentadores desses estabelecimentos não eram só homens, mas também famílias e damas acompanhadas de seus maridos. O Café Salvaterra tinha um rádio de válvulas que atraía famílias para ouvir as notícias e programas de destaque do momento, como o cantor Francisco Alves e a novela *Direito de Nascer*. A Confeitaria Fluminense, conhecida como “Colombo mineira”, era o ponto de encontro da alta sociedade, até a década de 1940. Oferecia banquetes orquestrados e era rigorosa com os trajes, exigindo elegância (ARBEX & ROCHA, 1998).

Na nova capital mineira³¹, construída nos últimos anos dos Oitocentos, os cafés e hotéis também tinham sua presença marcada como *símbolo de refinamento e civilização social*, tendo o modelo francês como referência (SILVEIRA, 1996). O historiador Abílio Barreto reproduz os relatos do periódico *A Capital*, referindo-se à inauguração do primeiro café, o Café Mineiro, e do primeiro hotel da cidade, Grande Hotel, ainda em 1897, incluindo o do jornalista Azevedo Jr., que ressalta a arte do *chef* de cozinha do hotel no manejo da caçarola, ao *preparar um filet aux petits pois, como de certo, tu acostumado ao tutu e ao torresmo, não imaginas!* (BARRETO, 1995, p.636). Quanto ao Café, o historiador afirma:

³¹ Belo Horizonte foi planejada para substituir Ouro Preto, antiga capital de Minas Gerais.

[...] Na sala do café por ocasião da inauguração e até alta noite, o povo, em torno das mesinhas redondas de mármore, rumorejava alegremente, entre risadas e cantorias, de mistura com os pedidos em voz alta que iam fazendo os 'garçons', para dentro, ao pessoal da copa: - Um café na primeira à esquerda! Uma cerveja na terceira ao centro! Um conhaque na última à direita!

Silveira, em seu estudo sobre os cafés no cotidiano da capital, ressalta que *casas de café não faltaram àquela jovem capital dos anos dez e vinte*, embora os idealizadores da nova cidade não as mencionassem em seus planos para o lazer público (SILVEIRA, 1996).

Em relação aos restaurantes, Barreto cita-os desde os primórdios da construção da cidade, quando se formavam os quarteirões em torno da estrada de ferro, acolhendo um movimento crescente de transeuntes, principalmente aos domingos. Nos seus dizeres: *Não faltavam acolá os restaurantes, todos instalados em prédios novos e quase todos pertencentes a súditos italianos* (BARRETO, 1995).

Um outro ponto assinalado para a restauração fora de casa, em Belo Horizonte, é o primeiro mercado central, construído em 1900, que contava com um restaurante e um café, além dos vários boxes para a venda de verduras, legumes, frutas e carnes. O aumento do movimento econômico impôs a necessidade de construção de um novo mercado, que começou a funcionar em 1929, em área central, onde ainda hoje se localiza, e para o qual foram projetadas salas maiores para cafés e bares, conforme relata Freire (1998). Nos anos 1940 e 1950, devido à saturação das instalações do Mercado Municipal, foram criados mercados distritais. A autora comenta a importância de todos esses mercados como lugares de abastecimento e de sociabilidade, que, até os nossos dias, permanecem como centros de referência para a sociedade local. De acordo com ela,

[...] há tempos tornaram-se pontos de encontro, da festa, para onde convergem grupos sociais, reforçando o papel que esses estabelecimentos comerciais cumprem na manutenção/resistência de parte das tradições, hábitos e costumes da sociedade (FREIRE, 1998, p.65).

Como se pode perceber, o modelo adotado nas capitais brasileira e mineira, nas primeiras décadas do século XX, era o das principais cidades europeias, como Paris e Londres, em que os Cafés e restaurantes de hotéis eram locais privilegiados de encontros, sobretudo das elites, enquanto nos mercados se aglutinava uma parcela mais ampla da população. A fórmula de refeições rápidas que conhecemos na segunda metade do século passado teve sua origem no período oitocentista americano, como veremos a seguir.

Origens dos *fast-food*: história ou lenda?³²

Nos EUA do período colonial, em sua maior parte, o país apresentava caráter rural, e tinha o desenvolvimento comercial concentrado nas cidades maiores. Grande parcela dos americanos não conhecia a experiência de comer fora em estabelecimentos comerciais, mas sim em casas de outros ou em reuniões festivas, como casamentos.

No início do século XIX, viagens de lazer eram raras, e aqueles que viajavam a negócios tinham poucas escolhas para acomodação ou alimentação nos alojamentos, hospedarias e tavernas. Nas maiores cidades, alguns restaurantes vendiam refeições no próprio local e alguns Cafés expandiam-se para satisfazer às demandas da *época mercantil* (MENNELL et alii, 1992).

No final do período oitocentista, o crescimento de centros urbanos, gerando necessidade *sem paralelos* de atender, em vários turnos, os trabalhadores de fábricas que moravam longe do trabalho e tinham de providenciar parte de sua alimentação cotidiana, propiciou o aparecimento de *diners*, restaurantes populares, como unidades móveis, em carroças cobertas, com baixos preços, rapidez e horários flexíveis, que permaneciam abertos

mesmo quando tavernas e restaurantes estavam fechados. Desde meados do século, alguns desses *diners* já se organizavam em cadeias, indo ao encontro dos consumidores.

Visando os viajantes de trem, Harvey construiu uma cadeia de *diners*, ao longo das estradas de ferro, que antecedeu os *drive-in* californianos de meados do século XX, assim como as atuais cadeias de *fast-food*. Padronizou a arquitetura e as vestimentas das trabalhadoras e preocupou-se com a homogeneização de um padrão de qualidade mediante visitas regulares de assistentes. Os *menus*, no entanto, eram variados, com a preocupação de não servir a mesma refeição nos diferentes restaurantes durante as viagens.

De 1920 a 1940, houve a expansão dessas cadeias que, sendo mais baratas que os restaurantes comuns, atraíam os trabalhadores, cada vez mais numerosos, e as pessoas que viam seu salário comprimir-se com a recessão. Nesse período, apareceram alguns nomes de redes ainda hoje conhecidos, como Bob's, BigBoy, Dairy Queen, White Castle, sendo esse último a origem dos *fast-food hamburger* contemporâneos. Aberto em 1916, num carro remodelado, servia hambúrgueres baratos para operários. O serviço, realizado por garçonetes e com *couvert*, não tinha a rapidez como preocupação. De acordo com Rial (1992), sua importância foi expandir uma fórmula idêntica de hambúrguer para toda a rede e ser copiado por importantes cadeias, difundindo um símbolo da cozinha e da cultura americanas.

O pós-guerra caracterizou-se por um movimento de *banlieuisation*³³ dos restaurantes. Os *drive-ins* pressupunham o uso de carros, numa sociedade de consumo que se enraizava, com a ascensão do automóvel e de uma atmosfera de espetáculo, tendo Holywood como modelo. Uma nova sociedade nascia, trazendo novos objetos e novas noções de tempo, a rapidez nas rodovias, nas filas, nos filmes e novas máquinas povoando os espaços domésticos.

³² Empréstamos o termo lenda da tese de doutorado de Carmen Rial, que fala em lendas e mitos sobre as origens dos *fast-food* (RIAL, 1992).

³³ Deslocamento para os subúrbios.

O automóvel, em torno do qual se concentravam os prazeres e novos espaços de sociabilidade, condensa a magnificência dessa era. Ele tornou-se a própria sala de jantar, não mais um meio de se chegar a ela. Uma espécie de *arquitetura veicular* afirma-se a partir daí: *drive-in fast-food, drive-in cinema, trailers* (RIAL, 1992).

Como toda novidade, os *drive-in* levaram um tempo para ganhar a confiança da população. No início, eram lugares para a juventude. Os irmãos McDonald's reformularam seus estabelecimentos, visando conquistar as famílias e diminuir alguns problemas causados pelas agitações de jovens, mas o aumento de público só veio mais tarde.

Love reproduz o relato de Ray Kroc, que conseguiu a concessão do sistema de preparação de hambúrgueres, abrindo seu primeiro McDonald's em 1955, e conta que os irmãos viram seu negócio crescer rapidamente. Era necessária a adaptação aos novos tempos. O futuro dos *drive-in* estaria no *self-service*.

Dieu, comme les serveuses étaient lentes! On se disait en soi-même qu'il faudrait trouver un moyen plus rapide. Les voitures s'amoncelaient dans la cour. Les clients n'exigeaient rien, mais notre intuition nous disait qu'ils auraient aimé une plus grande rapidité. Tout bougeait plus rapidement. Les supermarchés et les magasins bon marché ("dine-stores") avaient déjà été convertis en self-services et il devenait évident que l'avenir des drive-in était aussi dans les self-service (LOVE apud RIAL, 1992, p.57).

O lugar foi fechado para reforma e o serviço reformulado, simplificando tarefas, reduzindo o menu e os preços, introduzindo novos instrumentos na cozinha, substituindo louças por sacos de papel e copos descartáveis. Aplicando, pela primeira vez, conceitos de Taylor e Ford aos restaurantes, o atendimento foi reduzido para 30 segundos, com produtos previamente preparados e embalados, o que simplificou o trabalho e aumentou os lucros. Tarefas simples e repetitivas podiam ser executadas por empregados sem experiência e facilmente substituíveis.

No entender de Rial, sem ter consciência disso, os irmãos McDonald's já eram animados pela força da imagem, elemento que se tornou fundamental para a evolução e sucesso desse verdadeiro fenômeno cultural, que se espalhou pelo mundo todo, tornando a função alimentar secundária em relação àquelas do divertimento e do espetáculo. Eles criaram um personagem para simbolizar sua forma de fazer hambúrguer: *Spreedy*. A arquitetura das lojas permitia a visibilidade da cozinha propiciando uma verdadeira encenação. Garçonetes foram substituídas por janelas, por onde os clientes faziam os pedidos diretamente. Por volta de 1952, um ambiente de ficção científica, pleno de tecnologia, trazia uma imagem de futuro, reforçada com a expansão das franquias.

Le comptoir du fast-food, donc, semblait partager deux mondes régis par des postulats opposés: l'un, le monde du travail, se fondant sur une rationalité maximale qui ne laisse pas de place aux expressions individuelles (le goût, l'art culinaire); l'autre, le monde des clients, soumis aux impératifs hédonistes de l'époque (la voiture, la prolifération d'images, la rapidité) (Rial, 1992, p.58).

Nos anos 1960, algumas cadeias de *fast-food* tentaram expandir-se para fora do país, enfrentando obstáculos em razão da diversificação cultural: com elas, deviam-se implantar sistemas pouco conhecidos fora dos EUA, como o *self-service*, o *drive-in*, o *take-away*, e costumes alimentares como o hambúrguer e o *milkshake*.

Nos anos 1970, na Itália, criou-se um movimento intitulado *slow food*, existente ainda hoje, para defender a tradição culinária local contra a *invasão dos americanos bárbaros*. No mesmo período, na Suécia, houve reação contra os *alimentos plásticos* (FISCHLER, 1998, p.855). A reação francesa não foi diferente. Nesse país, somente no final da década, foi possível instalar o primeiro *McDonald's*.

As reações ao que se convencionou chamar de *macdonaldização* da cultura, no entanto, não impediram algumas mudanças a partir dos anos 1960, como a abertura dos hiper e supermercados, como podemos observar no estudo de Ortiz (1994) sobre a França. O consumo de produtos industrializados e congelados passou a preponderar sobre a alimentação proveniente de hortas, com legumes e frutas frescas. Aos poucos, hábitos alimentares foram sendo alterados, a refeição passou a ser determinada por horários individuais dos membros das famílias, fracionada em pequenas quantidades. As novas modalidades de alimentação favoreceram a mobilidade e o deslocamento da copa e da cozinha para restaurantes, cafés, escritórios, e até mesmo automóveis. Ao mesmo tempo, restaurantes e *fast-foods*³⁴ foram se tornando opções preferenciais para comer fora (ORTIZ, 1994). Além disso, com o crescimento das pressões econômicas e das transformações no mercado de trabalho, assim como nas suas condições e horários, a proporção das refeições fora de casa tendeu a aumentar³⁵.

Essas e outras das importantes transformações que ocorreram no âmbito da alimentação, na segunda metade do século XX, deram-se em escala mundial. Houve uma internacionalização dos comportamentos alimentares, possibilitada pelo barateamento dos transportes, por novas técnicas de conservação e pela industrialização, com conseqüente diversificação de produtos e expansão do consumo. A comida industrial e o *fast-food* tornaram-se universais. A linguagem visual utilizada nos *fast-food* contribuiu para esse fato,

³⁴ De acordo com Pynson (1987, p.24-25), para que os *fast-food hamburger* se instalassem na França, foi necessária a passagem forçada por uma fórmula francesa, a *viennoiserie*, que iniciou o público de mais de 30 anos na *restauration rapide*, combinando racionalização da produção à *tradition rassurante*. Conforme a tese de Rial (1992, p.96), podemos perceber que, na França, o conceito de *fast-food* é bem amplo, englobando *croissanteries*, *viennoiseries*, *kiosques à crepes*, *à sandwiches grecs*, *les "hamburgers restaurants"*, *les sandwicheries*, *les établissements centrés sur la vente de morceaux de poulet ou de pizzas*, *ou encore, comme au Brésil, ceux où l'on vend des "kibes", des chaussons à la viande, etc.*

³⁵ Ainda assim, na visão de Aymard, Grignon e Sabban (1994, p.30-31), seria exagero, ou mesmo uma falsa questão, falar de uma desestruturação da alimentação doméstica nos anos 80, já que, em 1987, 87,2% das refeições dos franceses foram realizadas nos domicílios.

pois é um fenômeno de alcance global, que ultrapassa as fronteiras lingüísticas (RIAL, 1996, p.94). Além disso, conforme demonstraram Bonin & Rolim (1991), o trabalho de *marketing* desempenhou importante papel nesse processo, influenciando a incorporação de novos produtos.

Um dado interessante sobre as grandes cadeias de *fast-food* na França, detectado no estudo de Rial (1992), é o fato de que esses são os lugares preferidos dos turistas, devido à familiaridade com o serviço, os preços e os cardápios, geralmente, padronizados em vários países, com pequenas adaptações locais. Essas características estão aliadas à confiança na qualidade que proporciona certa segurança quando se está em terra estrangeira.

Na década de 1980, a expansão americana foi possível graças ao estabelecimento de *joint-ventures* em vários países. Hoje, somente o *McDonald's* tem cerca de 28 mil estabelecimentos espalhados pelo mundo todo e inaugura perto de 2000 novos por ano (SCHLOSSER, 2001, p.17). A fórmula *fast-food* está plenamente consolidada, abrangendo vários tipos de comida como sanduíches, pizzas, tacos, quibes, comida chinesa, o *sushi* japonês etc. Os países europeus, de maneira geral, não deixaram de adotá-la, mas mantêm a crítica ao que consideram como “americanização”³⁶ dos costumes, temendo que sua tradição culinária, que pressupõe uma relação privilegiada com a alimentação cotidiana, tida como fonte de prazer e sociabilidade, seja *lentamente corroida, invadida, desagregada* (FISCHLER, 1998, p.844). Apesar da variedade de tipos de comidas rápidas disseminados pelo mundo todo, incorporando especialidades locais, como os churrasquinhos brasileiros, crepes franceses, *fish and chips* ingleses, que, por sua vez, tendem a extrapolar fronteiras num

³⁶ A respeito desse termo, é interessante a observação de Canclini (2001, p.5): *Termo empregado por soberbia ou preguiça para indicar a norte-americanização. Em rigor, dever-se-ia usar uma palavra ainda mais incômoda – estadunidização – para designar o processo pelo qual o consumo e em geral o estilo de vida de diversos países se assemelhariam cada vez mais aos dos Estados Unidos.*

universo em que a cultura se mundializa progressivamente, o hambúrguer permanece como o grande vilão de ordem nutricional e simbólica. Nos dizeres de Fischler (1998, p.856),

[...] no plano ideológico as objeções revelam-se mais virulentas do que nunca. É interessante notar que as mesmas críticas formuladas contra o hambúrguer, em geral, e a McDonald's, em particular, não se dirigem do mesmo modo a todas as formas de 'fast food'. É que a empresa McDonald's encarna superlativamente o "imperialismo americano [...].

Como outros países, o Brasil resente-se de uma “americanização” de hábitos que, na verdade, não se restringe à alimentação, mas abrange vários aspectos da cultura, como vestimenta, música e tantos mais. No entanto, no plano alimentar, vemos desenvolver-se uma solução que, mesmo agregando elementos da cultura *mundializada*, investe numa proposta “à moda da casa”, cuja fórmula não está descrita nas análises sobre o comer fora nos outros países, e não aparece nas sondagens realizadas.

Perguntamo-nos, pois: quando e como se desenvolveram os restaurantes por quilo e as inúmeras modalidades de *self-services* à moda brasileira, que vieram revolucionar o cotidiano das cidades, tanto as metrópoles como as menores, do interior?

Fast-food à moda brasileira

Nos 30 anos que vão de 1950 ao final de 1970, considera-se que o Brasil construiu uma economia moderna, produzindo quase tudo e incorporando padrões de produção e consumo dos países desenvolvidos. Os avanços produtivos foram acompanhados por mudanças no sistema de comercialização, tendo o supermercado e o *shopping center* como as grandes novidades, seguidas por lojas de departamentos, de eletrodomésticos, e revendedoras de automóveis, que foram tomando conta da paisagem urbana. Vendas, quitandas (pequenos

estabelecimentos que vendiam frutas, verduras e alguns outros gêneros), carroças e pequenos caminhões foram sendo derrotados pelo grande comércio, enquanto as feiras resistiram (MELLO & NOVAIS, 2000, p.562).

Nesse contexto, apareceu o hábito de comer fora. Almoços e jantares para políticos, executivos, empresariado, burocratas, enfim, para os *novos-ricos*, *novos-poderosos*, *novos-cultos*, aconteciam em restaurantes elegantes de comida francesa, italiana, árabe, portuguesa, espanhola. Ao lado desses, uma comida mais barata, como a de pizzarias, rodízios de churrasco, cadeias de comida árabe e cantinas italianas. Para as refeições rápidas havia as lanchonetes badaladas e os primeiros *fast-food*, como o *Bob's* do Rio de Janeiro (MELLO & NOVAIS, 2000). Eram raros os restaurantes de comida brasileira.

O primeiro *Bob's* foi implantado em 1952, como empresa nacional instalada por um americano³⁷, no bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro. Logo atraiu a elite carioca, que se tornou seu público freqüente. Com 74 lojas, liderou o mercado até 1990, quando foi suplantado pelo *McDonald's*. Quanto a esse último, a primeira loja foi inaugurada somente em 1977, também em Copacabana, seguida de outra em São Paulo, 3 anos mais tarde (RIAL, 1992, p.93-95). Por muito tempo, os jovens e as famílias de elite permaneceram como os principais freqüentadores desses dois estabelecimentos.

Para os que trabalhavam longe de casa e necessitavam realizar pelo menos uma das refeições perto do local de trabalho, bares e lanchonetes serviam o prato feito (PF) ou alguns sanduíches como misto- quente, queijo quente, bauru, pernil, churrasco, com ou sem queijo, americano, cachorro quente e, mais tarde, os hambúrgueres e batatas fritas. As pastelarias proliferavam (MELLO & NOVAIS, 2000)³⁸.

³⁷ Em 1974, o controle acionário dos 6 estabelecimentos passou para a multinacional Libby. Com 12 lojas, foi vendido para a Nestlé e, finalmente, em 1987, ao grupo Susa (RIAL, 1992).

³⁸ Embora os autores não citem, havia também o CAOL: cachaça, arroz, ovo e lingüiça.

Nas cidades pequenas e médias, no entanto, havia poucos restaurantes, estando o fornecimento de refeições comumente associado a hotéis e pensões, visando a um público de viajantes, constituído predominantemente de representantes comerciais, conforme registra a memória de muitos de nossos entrevistados. Fora essas opções, os poucos restaurantes existentes, em geral, só serviam jantares; os almoços predominavam nos finais de semana. Churrascarias e pizzarias eram mais comuns. Havia também aqueles com serviço *a la carte*, que ofereciam pratos como filé à cubana, filé com fritas, supremo de frango ou de filé, filé à parmegiana, dentre outros lembrados nas entrevistas.

Dois fatores que contribuíram para o aumento do número de refeições fora de casa foram a criação do Programa de Refeição do Trabalhador – PAT -, em 1976, e o serviço de refeição-convênio com o uso do *Ticket-Restaurante*, que veio para o Brasil no mesmo ano.

O sistema de *Ticket Refeição* nasceu na década de 1960, na França. Jacques Borel comprou os direitos do projeto inglês, idealizado por um médico, na década de 50. Desenvolveu o conceito de refeição-convênio para o trabalhador, atendendo à demanda de pequenas empresas que não possuíam restaurantes próprios. No Brasil, o sistema foi o pioneiro nessa área.

O PAT oferece seis modalidades de serviços de alimentação, entre os quais, a refeição-convênio³⁹, com ênfase nos trabalhadores que recebem o equivalente a até cinco salários mínimos. Analisando os dados do PAT e do estudo de Mazzon (1998) sobre programas de alimentação do trabalhador brasileiro, percebemos que a quantidade de trabalhadores beneficiados com políticas de alimentação cresceu de um número inferior a um milhão, em 1977, quando foi implantado, para mais de oito milhões em 2001. Nesse mesmo ano, no Estado de Minas, o número de trabalhadores beneficiados pelo PAT foi superior a

setecentos mil, dos quais 23,86% na modalidade de refeição-convênio, representando aproximadamente ¼ dos benefícios, um índice só superado pela alimentação-convênio⁴⁰.

Ainda que seja considerado o fato de que uma parte desses vales, relativos aos convênios para refeições, tenha sido utilizada, indiretamente, em supermercados e outros estabelecimentos afins, certamente parcela significativa do total contribuiu para incrementar o mercado de refeições fora de casa.

O número de restaurantes brasileiros conveniados continuou crescendo nos anos 1980 e 1990, acompanhando um processo de reestruturação produtiva, baseado na concentração de atividades na produção, com redução de custos em setores como transportes, alimentação, manutenção e limpeza, que passaram a ser terceirizados. No mundo todo, depois de 1972, a rápida contração do emprego industrial acentuou a tendência de um *notável aumento proporcional do emprego no setor de serviços* (HARVEY, 1994, p.148).

Na região Sudeste brasileira, que concentra o maior pólo industrial do país, esse processo de racionalização e reestruturação da indústria transparece nos índices de trabalhadores beneficiados pelo convênio de vales para refeições, que, em 1996, conforme Mazzon (1998, p.23), representavam 35,2%, comparados aos 22,9%, quando somadas as três opções de alimentação servidas na própria empresa. Se somarmos a alimentação-convênio e as cestas de alimentos ao número de refeições-convênio, teremos um total de 77,1% de modalidades oferecidas para consumo fora da empresa.

As primeiras iniciativas de restaurantes por quilo datam de meados dos anos 1980. No entanto, o sistema de auto-serviço é antigo e não se restringe ao setor de alimentação. Como pudemos ver no caso americano, ele teve início em supermercados, servindo de modelo aos

³⁹ As outras modalidades são autogestão (serviço próprio), refeições transportadas, administração de cozinha, alimentação-convênio e cesta de alimentos.

drive-ins, que originaram as primeiras grandes cadeias de *fast-food*. A princípio, quando aplicado a restaurantes, o termo *self-service* designava um sistema que consistia no pagamento de um preço fixo por pessoa, em que cada um podia se servir à vontade. Esse sistema era comum em vários países, em hotéis e alguns restaurantes considerados de melhor qualidade, que o utilizavam cobrando preços relativamente altos. Atualmente, os proprietários brasileiros referem-se a esse serviço como *buffet*, visando demarcar diferenciação em relação àqueles que trabalham com o sistema de pesagem, uma vez que a palavra *self-service* está muito associada à popularização da comida por quilo.

De acordo com os precursores mineiros no gênero, os primeiros restaurantes por quilo de Belo Horizonte eram dirigidos às donas de casa e buscavam combinar três princípios já conhecidos, configurando uma nova proposta: o auto-serviço, a comida vendida por quilo em *rotisseries* e supermercados, e a “velha marmitta”. As novidades estariam, especialmente, na presença da chamada comida caseira no sistema de peso, na possibilidade de escolha do que comer, no pagamento relativo apenas aquilo que interessasse ao consumidor, evitando-se as sobras. No início, as famílias vinham buscar marmittas e marmitex, levando-os para casa. O sucesso entre as donas de casa de classe média foi tanto que, aos poucos, o hábito de levar para casa foi dando lugar ao de comer no próprio local. Evitava-se, assim, qualquer serviço em casa, reunindo as famílias na nova modalidade de restaurante, que, aos poucos, se tornava uma extensão das cozinhas domiciliares. Esse novo costume propiciou uma relação de intimidade entre *habitués* e proprietários, que envolve a solicitação de pratos da preferência dos membros das famílias, uma sopinha para o adoentado, recados e chaves para os que comem em horários diferentes e até “broncas”, particularmente dos mais velhos, quando não aprovam alguma comida ou notam a ausência de algum prato. Há proprietários que afirmam

⁴⁰Dados extraídos de MAZZON (1998, p.14-23) e Gráficos do PAT 2001 (Disponíveis em

fazer determinados pratos, todos os dias, mesmo que em pequena quantidade, somente para atender ao consumo diário dos clientes habituais.

A adoção do peso em restaurantes e sua grande aceitação parecem configurar uma *cultura culinária local*, exprimindo um conjunto de preferências que manifesta peculiaridades culturais nacionais, seja pela escolha do arroz, feijão, carne e salada tradicionais, em vez do sanduíche, seja porque o consumo realizado no local ultrapassa as vendas “para levar”, fato já observado na pesquisa de Rial (1992), que temos confirmado em nosso estudo. Além disso, como afirma Couto, come-se de preferência à mesa, e não em pé como os americanos⁴¹.

Perguntamo-nos, pois, se os *self-services* seriam a nossa baguete, a manifestação de uma resistência cultural, à semelhança do que ocorreu com esse pão artesanal para os franceses⁴². Lembramos um episódio que ocorreu em maio de 1986, às vésperas da eleição para presidente do Sindicato dos Proprietários de Restaurantes, em São Paulo. Como parte culminante de sua campanha, a oposição promoveu manifestação contra a crescente massificação do hambúrguer, que estaria provocando mudanças em nossos hábitos alimentares e culturais, além de representar uma ameaça econômica, afetando a sobrevivência dos restaurantes. Propunha aos seus correligionários percorrer as ruas do centro de São Paulo, parando em frente a um MacDonald's, onde seriam distribuídas comidas e bebidas consideradas *tipicamente nacionais*, como churrasquinhos, suco de laranja e guaraná. A manifestação, anunciada por um jornal da época como o *início de uma guerra do arroz, feijão e churrasco contra o hambúrguer*, não teve continuidade, pois o grupo no poder, composto

www.mte.gov.br/temas/pat/relatorios_graficos/default.asp).

⁴¹ Uma outra comprovação dessa tendência está no sistema de *delis* (abreviatura de *delicatessen*) à moda norte americana, que tem crescido na cidade de São Paulo. De acordo com Couto (1999), *mesmo com embalagens práticas e pratos pré-preparados, cerca de 70% dos que optam pelas delis preferem fazer a refeição no local*.

⁴² Referimo-nos ao estudo de Bertaux (1987) sobre a resistência das padarias artesanais francesas à ameaça da investida das padarias industriais e biscoitos industrializados, que, para expandirem-se, divulgavam um discurso dietético condenando o miolo do pão tradicional como algo que “faz engordar”. A solução dos padeiros foi modificar o formato do pão, invalidando a propaganda e *vencendo a batalha*: mais casca, menos miolo. Assim, a baguete surgiu marcando *um momento de força das padarias artesanais*.

por membros das grandes cadeias de *fast-food*, foi reconduzido. No entanto, avaliamos que foi extremamente simbólica, já que coincide com o início de uma nova fase para os restaurantes nacionais e para a sobrevivência da comida à moda brasileira, caracterizada pela expansão crescente dos restaurantes por quilo e congêneres, que são pouco comuns ou mesmo desconhecidos em outros países, conforme verificamos em nossas sondagens.

Brasileiros que moram nos EUA indicam que há duas modalidades mais comuns utilizadas pelos americanos: o *buffet* e a *deli*. As *delis* norte americanas são semelhantes às nossas *rotisseries*, mas com opções mais variadas, onde é possível comprar porções prontas ou por quilo, em embalagens descartáveis, de frutas, pães e frios variados, tortas e doces, verduras e alguns pratos de carnes, massas e outras comidas salgadas. Há condições para o consumo no próprio local, mesmo porque o americano, muitas vezes, come em pé, mas uma boa parte das pessoas leva para consumir em outros lugares, às vezes, em praças e outros pontos públicos.

De acordo com um informante de Illinois, a grande preocupação com a higiene faz com que o público americano não veja o *self-service* com bons olhos, levando aqueles que adotam o sistema a se esmerarem na limpeza e nas regras para um adequado asseio. Ele afirma que há vários restaurantes do tipo *buffet* em Illinois, mas nada que se pareça com o Brasil, onde os *self-services* constituem a grande maioria. Além disso, naquele país, o lanche é a opção mais barata e mais procurada, como também atestam os vários autores que se dedicam ao estudo dos *fast-food*.

Pesquisa realizada por Janine Collaço (2000), pela internet, reforça as declarações de nossos informantes. Reproduzimos abaixo a solicitação de informações e a resposta obtida, demonstrando desconhecimento e surpresa diante do nosso sistema por quilo.

To: webmaster@newatlantis.com

Sent: Tuesday, February 15, 2000 2:55 PM

Subject: restaurants "by kilo (weight)"

Hello!

I would like to ask if you have any information about this kind of restaurants, in which the customer could pick up the food in a type of 'salad bar' but only pay the plate's weight. I do not know how I could call this place, here in Brasil we name "restaurantes de comida por quilo" or "restaurants by kilo (weight)". My interest in this matter is because I'm researcher at the University of São Paulo (USP) and I'm preparing a work in urban anthropology about this subject, like a local answer to the needs of the urban life-style and fast-foods. For me is very important have notice of any kind of similar place.

I will be very grateful if You could help me in any way in this matter.

My best regards,

Janine Helfst Leicht Collaço

Data: Terça-feira, 15 de Fevereiro de 2000 19:34

Assunto: Re: restaurants "by kilo (weight)"

Janine Helfst Leicht Collaco;

What a great concept! We have buffet restaurants, sometimes called "chuckwagon" restaurants here in America, but I am unable to find any restaurants that "weigh the plate". My suggestion would be to use some of the major search engines to locate restaurants in other parts of the world that operate as "restaurantes de comida por quilo"...

Good luck on your project.

R.L. Myers

Content Editor

www.newatlantis.com

Em outros países, a realidade apresentada não foi diferente. Tivemos notícia de um a dois *self-services* por quilo em Bruxelas. Alemães, belgas, franceses e italianos contatados demonstraram total surpresa com o sistema e, mediante nossa referência, conhecê-lo tornou-se um programa turístico obrigatório. Brasileiros residentes naqueles países declararam não

haver por lá estabelecimentos como os nossos, predominando o estilo *buffet*. Também essa foi a declaração de moradores do Canadá, Austrália e Nova Zelândia. Comer fora, nesses países, comumente é caro; os serviços de *buffet* são caros, e, fora os *fast-food*, as opções são os serviços *à la carte*, cujos preços não são acessíveis para a realização de refeições cotidianas. Nos EUA, Canadá e Austrália, os restaurantes chineses costumam ser mais baratos, acompanhados pelos *fast-foods* de massas, pizzas e hambúrgueres. Nos EUA e Canadá, a principal refeição do dia é o jantar, de preferência nas residências, com alimentos pré-preparados ou soluções rápidas e práticas como saladas, massas, uma carne ou mesmo sanduíches. A refeição noturna é o costume tradicional também em países como França e Inglaterra, conforme observamos na literatura consultada.

Na Argentina, foram pouquíssimos os relatos sobre a existência de sistemas por quilo. Existem, mas em pequeno número. Em relação ao México e ao Chile, um de nossos entrevistados, de nacionalidade chilena, cujo pai morava no México, declarou que, devido ao costume dos habitantes dos dois países de realizarem a sesta, depois do almoço, por duas horas, o hábito de tomar refeições fora de casa não representava uma tendência consolidada, pois as pessoas não teriam tempo suficiente para ir até suas casas. De acordo com seu depoimento, os estrangeiros tinham dificuldade para encontrar restaurantes abertos à hora do almoço (F., Belo Horizonte).

No Brasil, o hábito de almoçar fora cresceu na última década do século XX, apresentando conformação inédita, como veremos.

Alimentação fora do lar nos anos 1990

Os números da Associação Brasileira de Indústrias Alimentícias, ABIA, divulgados por Veiga (1998, p.77), dão uma noção do crescimento e importância que a alimentação fora de casa assumiu no Brasil, na década de 1990.

Os números da comilança

- *Existem hoje 756 000 restaurantes, bares e similares no país⁴³ (em 1991, eram 400.000)*
- *25% do consumo de alimentação já é feito fora de casa (nos Estados Unidos, 46%)*
- *Uma em quatro refeições é feita na rua (nos EUA, metade; na Europa, cinco em sete)*
- *Em 1997, esse mercado movimentou 13 bilhões de reais, o dobro de quatro anos antes*
- *Nos últimos doze meses, a venda de refeições semi prontas cresceu 15% e a de fast food, mais de 10%*
- *Os novos shopping centers estão ampliando de 16% para 25% o espaço destinado à alimentação.*

Os índices do Estado de Minas seguem a tendência nacional. Em Belo Horizonte e Uberlândia, no período entre os dois censos, de 1991 a 2000, a quantidade de restaurantes aumentou mais do que a população. Nessa última cidade, houve um crescimento da população de 36,5%, enquanto o número de restaurantes cresceu 69,5%, liderado pela comida por quilo. Na capital, o crescimento populacional do período foi de 64,3%, correspondendo a um considerável aumento de 176,12% no número de restaurantes. Em Monte Carmelo, o número total de estabelecimentos manteve-se em torno de 8 a 10 no período entre os dois censos, enquanto a população teve um aumento de 26,5%. Em relação aos serviços por quilo, o total também se manteve, mas é evidente a mudança no público diário de dois dos restaurantes do

⁴³ Esses dados são relativos ao ano de 1997, quando os restaurantes representavam 68% dos pontos de venda de serviços de alimentação no país. (ABIA, 2000, p.33).

centro, que, a partir dos últimos anos da década de 1990, passaram a acolher famílias em número crescente⁴⁴.

4- Crescimento populacional das cidades pesquisadas

Cidades pesquisadas	Censo 1991	Censo 2000	Crescimento(%)
Belo Horizonte	2.013.257	3.308.070	64,3
Uberlândia	366.729	500.488	36,5
Monte Carmelo	34.703	43.894	26,5

Fonte: BESSA (2001), IBGE (1991, 2000).

5-Número de estabelecimentos (restaurantes, churrascarias, pizzarias e cantinas)

Cidades pesquisadas	1991	2000	Crescimento(%)
Belo Horizonte	1340	3700	176,12
Uberlândia	190	322	69,5
Monte Carmelo	10*	8	-

Fonte: Pesquisa direta nas prefeituras das três cidades, 2001/ Junta Comercia de Belo Horizonte.

* O número fornecido foi relativo à década de 1990, não ao ano de 1991.

Vale lembrar o fato de que, nos anos 1990, os planos econômicos baseados no congelamento de preços e numa política de contenção da inflação, possibilitaram o crescimento do setor de serviços pessoais, em geral, e a ampliação de seu acesso a uma maior parcela da população. No início dessa década, reportagens com proprietários de *self-services* apontavam o congelamento de preços como fator de crescimento do consumo, ainda que a política econômica então desenvolvida pudesse significar a inviabilização de sua atividade, em razão do fato de que o aumento de preços dos insumos não poderia ser repassado aos consumidores. Esse crescimento de consumo também pode ser notado no primeiro Plano Real, com a redução da inflação.

⁴⁴ Dados de Uberlândia e Monte Carmelo extraídos de BESSA (2001) e de informações das prefeituras das duas cidades. Para Belo Horizonte, consultamos os censos do IBGE e a Junta Comercial da capital.

No final da década, quando houve redução da taxa de crescimento da economia e do consumo, os relatos de alguns donos de estabelecimentos que entrevistamos expunham uma queixa generalizada relativa à diminuição da clientela, atribuída a um aumento do custo de vida e ao insucesso do segundo Plano Real. Afirmavam haver um esforço de manutenção do mesmo preço por quilo, desde o início do primeiro Plano, alguns deles efetuando malabarismos para manter a qualidade, outros reduzindo claramente a quantidade de pratos, sobretudo a variedades de carnes, visando manter ou reconquistar a clientela e sua própria sobrevivência.

Seja qual for o impacto da possível redução do número de consumidores, configurando um declínio dos áureos dias de seus restaurantes, a quase totalidade dos proprietários continua apostando que o *self-service* veio para ficar⁴⁵. Os índices que nos apresentaram para a proporcionalidade das famílias habituais no consumo diário justificam, no nosso entender, esse prognóstico otimista. As famílias constituem o público mais oscilante, às vezes, retornando ao costume de cozinhar em casa, mas, ainda assim, representam uma média que varia de 10 a 40%, em alguns casos, ultrapassando os 50%, do total diário de consumidores. Essa percentagem varia de acordo com a localização do estabelecimento, sendo que, em Belo Horizonte, ela é maior quando ocorre num bairro residencial. Em Uberlândia, a distinção entre centro comercial e bairro residencial não é tão clara, já que há vários prédios residenciais localizados no centro da cidade e bairros adjacentes, cujos moradores constituem boa parcela dos clientes dos restaurantes próximos. No entanto, há áreas do centro da cidade onde existe maior concentração de comércio e serviços, em que

⁴⁵ Entre os entrevistados, um único proprietário de Belo Horizonte apresentou previsão de possível declínio do sistema. Por razões de higiene, estava mudando o serviço de um de seus restaurantes, para atender a uma clientela mais exigente nesse sentido, servindo pratos executivos *a la carte*. Por outro lado, alegou que a vigilância sanitária está mais rigorosa, exigindo um técnico em alimentação para cada estabelecimento. No seu entender, haverá aumento de custos, reduzindo, ainda mais, a margem de lucros já considerada mínima.

predominam os trabalhadores desses setores, ao passo que, próximo aos campi da Universidade, estudantes e funcionários constituem a maioria dos *habitués*.

Outros fatores reforçam essa previsão otimista. O aumento do número de restaurantes que retomam o antigo sistema de *buffet* comprova a necessidade de adequação a um mercado bastante competitivo, atendendo a uma clientela diferenciada, de maior poder aquisitivo. Por outro lado, o surgimento de serviços populares para atender camadas de baixa renda, no estilo R\$1,99 ou R\$ 2,99, demonstra o esforço do setor para se manter, à medida que são realizadas adaptações na fórmula *self-service*: paga-se preço fixo e come-se à vontade, mas há limites para o consumo de carnes. Alguns restaurantes utilizam os dois sistemas, preço fixo e pesagem, atraindo uma clientela mais ampla e diferenciada.

Como pensar os restaurantes *self-service* diante de todo esse quadro de transformações que delineamos, em que se combinam elementos como reestruturação da família, das ocupações, a redefinição das concepções de tempo e espaço, ao mesmo tempo que se verifica a *mundialização* da cultura?

CAPÍTULO II

Capítulo II

A sociedade *self-service*

A idéia de um auto-serviço rápido e prático, possibilitando opções variadas, em universos padronizados e pré-determinados, não é privilégio dos estabelecimentos que se dedicam ao serviço da alimentação. Muito menos é originada por eles. Expressa a organização da sociedade contemporânea, fundada em escolhas individualizadas, em que homens e mulheres produzem *biografias* próprias, rompendo com estruturas tradicionais de família e de ocupações marcadas por uma rígida divisão baseada nos sexos.

A aposta em carreiras educacionais e profissionais faz de homens e mulheres o centro de seu próprio planejamento, levando à redefinição de atribuições e *papéis* associados aos gêneros masculino e feminino e à modificação da identidade de gênero, com conseqüente alteração nos modos de organização da vida, repercutindo na reordenação do espaço e do tempo. Os limites entre modos de ser e de viver nos espaços privado e público tornam-se indefinidos, cada vez mais, o que é particularmente visível no aspecto da alimentação. Tanto espaço quanto tempo de comer perdem delimitação, adequando-se a exigências de um ritmo de vida baseado na rapidez e na possibilidade de participação em um número crescente de atividades que passam a absorver os indivíduos. Dessa forma, a *gramática* de espaços e tempos⁴⁶ é permanentemente recomposta. Passa-se menos tempo em casa, e algumas das

⁴⁶ Recorremos ao conceito de Da Matta (1987, p. 39), para quem [...]Cada sociedade tem sua gramática de espaços e temporalidades para poder existir enquanto um todo articulado e isso depende fundamentalmente de atividades que se ordenem também em oposições diferenciadas, permitindo lembranças ou memórias diferentes em qualidade, sensibilidade e forma de organização.

atividades e rituais típicos desse espaço deslocam-se para fora dele, adaptando suas formas e ritmos ao novo local de sua realização.

Esse processo é percebido em nível global. No entanto, estudiosos constatam relativa estabilidade e homogeneidade no âmbito doméstico e nas atribuições femininas ligadas ao cuidado dos filhos e da casa. Nesse contexto, vale a pena observar o modo como as pessoas por nós entrevistadas pensam e reorganizam as atribuições domésticas, porquanto passaram a comer diariamente fora de casa.

Tempo, espaço e individualização

Vivemos, nos nossos dias, um sentimento de *changer de temps*, que repousa numa realidade objetiva, como observou Sue: a transformação, em menos de 50 anos, dos tempos sociais (ritmos de vida, tempos vividos). O tempo hoje é vivido como *forma concreta*, problema real no coração da vida cotidiana, verdadeira obsessão, *mal do século* (SUE, 1994). No contexto das transformações, a rapidez tornou-se essencial, permeando toda a vida dos homens.

A origem das formas rápidas de servir e comer está numa sociedade em que o tempo resulta da inter-relação de um amplo conjunto de atividades, e na qual o trabalho constitui categoria central. Um tempo social dominante, o tempo de trabalho, submete homens e instituições. Existem, ainda, tempos sociais articulados ao dominante, que correspondem a atividades secundárias que se estruturam em torno do trabalho⁴⁷. Dentro dessa perspectiva, notamos que, nas *sociedades urbano-industriais*, os ritmos e tempos de comer, ou ligados ao ato de cozinhar, foram totalmente subvertidos em relação ao ritualismo e à civilidade

⁴⁷ A esse respeito ver Sue (1994) e Oliva-Augusto (1998).

convencionados no período pré-moderno. Desde então, tornou-se possível exercer qualquer outra atividade enquanto se come. Come-se em qualquer lugar e hora, a redefinição do tempo de comer estando ligada ao trabalho.

Essa mistura de comida e trabalho, que era visível nos Estados Unidos desde o final do século XIX, causando um choque a observadores franceses, conforme relata Fischler (1998), foi uma forma de adaptação ao ritmo do mundo moderno, e é extremamente significativa para que possamos entender a reordenação da dimensão espaço-temporal na sociedade moderna.

Duas citações nos auxiliam a visualizar as notórias mudanças nessa *gramática*⁴⁸ de espaços e tempos:

Vejamos o que deixa surpreso o observador francês: por um lado, o fato de que as pessoas comem nos escritórios “ao mesmo tempo que trabalham” e, por outro, que “alimentos frescos e apetitosos” sejam absorvidos “com o chapéu na cabeça”, rapidamente, “como no estábulo” (isto é, de maneira muito pouco humana e convivial). [...] Na velha Europa, a refeição é (era) um tempo e um espaço ritualizados, protegidos contra a desordem e as intrusões: o decoro proibia telefonar na hora das refeições ou, mais ainda, fazer uma visita. Era (em grande parte, continua sendo) impensável comer na rua, dirigindo ou num elevador (FISCHLER, 1998, p.852).

Nas sociedades urbano-industriais, a relação do homem com sua alimentação tem se modificado. Os pratos têm sido em geral estereotipados [...] As refeições são independentes do espaço e do tempo, isto é, tendo-se os meios, é possível consumir qualquer coisa, a qualquer momento, em qualquer lugar e qualquer quantidade. As escolhas alimentares são agora individuais; a produção de alimentos foi incorporada à troca de mercadorias, e os alimentos em geral se tornaram profanos. Entretanto, isso não significa que se excluam formas tradicionais de comensalidade, tais como, festas marcadas socialmente [...] (BONIN & ROLIM, 1991, p.78).

Alteraram-se os hábitos alimentares, ao mesmo tempo que houve uma *redefinição do significado da refeição como momento ritualístico* de reunião dos membros da família, em uma alimentação estruturada, realizada em locais e horários definidos, como *um dos pilares do grupo familiar*, pois *a partilha da mesma mesa asseguraria uma unidade à vida doméstica* (ORTIZ, 1994, p.85).

Em nosso entender, os restaurantes *self-service* são a etapa mais recente desse processo. No caso brasileiro, parecem combinar princípios das grandes cadeias alimentares de refeições rápidas, como a agilidade, variedade de opções, a força da imagem – aqui representada não pelas fotos, mas pela variedade disposta numa verdadeira *vitrine* – com a idéia de formas tradicionais de refeição. O *snack*, entendido como lanches e comidas de *fast-food*, aparece nas representações que os consumidores constróem sobre sua alimentação, como *não-refeição*, como transgressão à forma tradicional e estruturada de se alimentar (RIAL, 1996). Como demonstraram as falas dos clientes franceses e brasileiros estudados por Rial (1992), há uma oposição estabelecida entre *comida* e *almoço*, de um lado, e os *casse-croûtes* (lanches) de outro. Os primeiros são associados à *refeição normal, boa para a saúde*, e aos alimentos tradicionais – como feijão, arroz, legumes, saladas, batatas -, enquanto aos lanches se associam idéias como *não suficiente, não nutritivo, pouco saboroso, bom mas não satisfaz, colorido mas não é bom para a saúde, engana estômago* (RIAL, 1992, p.524-525). A valorização do lanche, entretanto, aparece no que diz respeito ao tempo, principal motivação para quem o procura.

Tudo assinala que, de maneira geral, os restaurantes de *comida por quilo* e *self-service* viriam resolver uma questão cultural, trazendo, para a rua, características da refeição de casa, considerada pelos brasileiros a *verdadeira* refeição, que *alimenta mais e melhor*, portanto, mais *sadia*. Além disso, de acordo com Rial (1992), os brasileiros reclamam prioritariamente da quantidade, ao passo que os franceses opõem a comida de *fast-foods* à qualidade e ao sabor do *bien manger*, não necessariamente associados à comida feita em casa.

Uma outra característica desses lugares, relacionada à casa, é a possibilidade de reunião de membros da família, partilhando cotidianamente a mesma mesa, só que num

⁴⁸ Emprestamos o conceito de Da Matta (1987, p. 39), para quem, [...]Cada sociedade tem sua gramática de

ambiente localizado fora do espaço de moradia. Dessa forma, acentua-se a perda de limites nítidos, que tem início na modernidade, de modos de ser e de viver tidos como típicos da vida privada, uma vez que as refeições cotidianas, que, durante séculos, foram realizadas de maneira privilegiada na privacidade do lar, para uma parcela crescente da população, deslocam-se progressivamente para o espaço dos restaurantes. Ao mesmo tempo, ocorre o processo de complexificação tecnológica de objetos e utensílios da cozinha doméstica, assim como a invasão dos alimentos industrializados no universo da casa. A análise dessa perda de especificidade dos espaços interessa-nos, pois, como bem coloca Hannah Arendt (1983, p.56), *o fato de uma atividade ocorrer em particular ou em público não é, de modo algum, indiferente.*

Um conjunto de aspectos cada vez mais abrangentes, que antes diziam respeito a atividades desenvolvidas no âmbito da família e à satisfação de necessidades do próprio processo vital, realiza-se fora do espaço doméstico, num outro espaço, que, não sendo privado, mantém, no entanto, a característica de ser familiar. Trata-se da atualização do processo de redefinição da *geografia da sociedade*, como nomeia Sennett, cujo equilíbrio entre vida pública e privada – entre terreno impessoal e pessoal – declinou com o secularismo e o capitalismo⁴⁹.

Mudam os significados instituídos em todos os níveis do que, nos séculos anteriores, foi caracterizado como *geografia pública* e *geografia privada* (SENNETT, 1998). Ao longo dos séculos XVI a XIX, a família foi se tornando o núcleo definidor e acolhedor do espaço

espaços e temporalidades para poder existir enquanto um todo articulado...

⁴⁹ Familiaridade, comunidade e intimidade parecem ter se tornado características fundamentais da sociedade atual, como analisa Sennett (1998, p.412), em seu livro sobre o *declínio do homem público*. Gradualmente, o eu se tornou princípio definidor das relações sociais, com conseqüente diminuição das significações e ações impessoais. Nos seus dizeres: *A intimidade é um terreno de visão e uma expectativa de relações humanas. É a localização da experiência humana, de tal modo que aquilo que está próximo às circunstâncias imediatas da vida se torna dominante.*

privado, e a idéia de intimidade foi tomando corpo⁵⁰. O espaço público foi, cada vez mais, caracterizado pelos estudiosos em termos de sua dimensão política e profissional, ao passo que foi praticamente abandonada, por vários autores, a análise das formas de sociabilidade e convivialidade típicas da vida pública, que tinham sido ponto de apurada descrição pelos historiadores das mentalidades⁵¹. Nesse aspecto, Elias e Sennett constituem exceções.

A percepção da re-significação dos espaços público e privado aparece em autores como Arendt e Beck, com o público referido à dimensão política, e, em Beck, pensado também como espaço do trabalho. No entanto, a própria forma pela qual eles percebem essa re-significação ajuda-nos a compreender a dimensão que nos interessa, relativa aos *modos de ser e de viver* em público, como parte de amplas formas de sociabilidade que se desenvolvem num domínio exterior à casa, tida como lugar do privado. A perda de limites entre os dois espaços e a mescla de seus códigos, apontadas nas análises dos dois autores, também pode ser percebida em formas de sociabilidade que são, ao mesmo tempo, públicas e privadas.

A imagem que nos parece mais pertinente para representar, ao mesmo tempo, a mescla e a indefinição do público e do privado refere-se ao conceito de *geografia difusa*. Embora tenha sido aplicado por Beck à percepção da ausência de limites claros, entre espaço do trabalho e da casa, entre trabalho e não trabalho, que ocorre devido à *despadronização* das dimensões concernentes ao contrato, local e hora, que definiam o trabalho e o não trabalho, característica da *modernidade reflexiva*⁵², entendemos que a imagem expressa pelo conceito

⁵⁰ Em diferentes registros, esse novo papel da família é mostrado por Ariès (1995) e Sennett (1998). Em relação à intimidade ver Elias (1990) e Sennett (1998).

⁵¹ A esse respeito, ver *História da Vida Privada*, editada pela Companhia das Letras, principalmente os volumes organizados por Duby, *Da Europa Feudal à Renascença* e por Ariès e Chartier, *Da Renascença ao Século das Luzes*.

⁵² Nos dizeres de Beck (1997, p.12): *Assim, em virtude do seu inerente dinamismo, a sociedade moderna está acabando com suas formações de classe, camadas sociais, ocupação, papéis de sexos, família nuclear, agricultura, setores empresariais e, é claro, também com os pré-requisitos e as formas contínuas do progresso técnico-econômico. Este novo estágio, em que o progresso pode se transformar em autodestruição, em que um tipo de modernização destrói outro e o modifica, é o que eu chamo de etapa da modernização reflexiva.*

de *geografia difusa* pode ser útil para simbolizar processos diversos em que a indefinição de domínios claros é notória, dentre os quais, as situações relativas às refeições fora de casa, que abordamos neste trabalho.

Dois outros aspectos da análise de Beck interessam-nos de maneira especial: a concepção de risco e a produção, pelos indivíduos, do que ele considera como *biografias reflexivas*. Para o autor, a *modernização reflexiva* implica *radicalização* da modernidade e a emergência de *uma sociedade de risco*, assim denominada devido à rápida tecnificação e aos crescentes níveis de imprevisibilidade e incalculabilidade, que acompanham o crescimento econômico, atingindo a todos, indistintamente. Essa sociedade está centrada em condições de existência individualizadas, que levam as pessoas [...] *a fazerem de si mesmas o centro de seu planejamento e conduta de vida*⁵³. Nesse contexto, homens e mulheres constroem biografias individuais, priorizando a educação e a carreira em detrimento de modelos tradicionais de relações e *papéis*, o que se conecta às mudanças implementadas nos relacionamentos familiares e atribuições domésticas que analisaremos.

A reivindicação de igualdade entre homens e mulheres, na sociedade atual, coloca a necessidade de que seja estendida à mulher a estruturação de uma biografia padronizada de acordo com o mercado, possibilitando formas de individualização que se contrapõem à estrutura tradicional da família e das relações entre os sexos. A liberação de *papéis femininos* fundados no antagonismo entre os sexos, que lhe são atribuídos desde o nascimento, é possibilitada por um conjunto de fatores, como o aumento da expectativa de vida das mulheres, a reordenação do trabalho doméstico devida à modernização técnica, o planejamento familiar facilitado pela contracepção, o aumento do número de divórcios e de oportunidades de participação na educação e nas ocupações (BECK, 1992).

⁵³ Conforme expressou Oliva-Augusto (1998, p.12), em sua discussão sobre Beck.

Contudo, essas condições que conduzem à individualização encontram contradições relativas às dificuldades concretas enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho, na carga de trabalho familiar, na falta de proteção social e na lei e na realidade com que ela se depara quando acontece o divórcio. Estando livre para trabalhar, muitas vezes ela encontra o desemprego, o que significa que continuará dependente da ajuda do ex-marido. Em relação ao comportamento masculino, carreira e independência econômica são estimuladas, paternidade e vida familiar não se colocam como contradições. Elas surgem, porém, na transição de um casamento tradicional para outro em que os dois parceiros precisam ou querem trabalhar. Soluções institucionais, como proteção social, renda mínima e outras poderiam minimizar o problema, mas, no entender do autor, na atual sociedade, o casal tem de procurar soluções privadas, o que ele considera *como distribuição interna do risco*⁵⁴.

O modelo de casamento indissolúvel, com regras relativas à maternidade, foi substituído por *modelos que requerem que as mulheres construam e mantenham carreiras educacionais e profissionais próprias* (BECK, 1997, p.27). Isso não consolida a união entre os sexos, mas, antes, multiplica incertezas. Homens e mulheres passam a operar como agentes individuais que planejam a própria biografia. A mudança de prioridade entre família e biografia individual pode ser empiricamente percebida quando se configura [...] *uma biografia pluralista de formas de vida, em que temos uma alternância entre famílias e outras formas de as pessoas viverem juntas ou sozinhas* (BECK, 1998, p.12).

Diante do quadro apresentado, de reformulação das relações entre os sexos e da própria família, assim como dos interesses e considerando-se as duplas jornadas de trabalho, cada vez mais, as mulheres manifestam pouca disposição para enfrentar as tensões resultantes de atividades repetitivas e obrigatórias do dia-a-dia, abandonando parte das funções

⁵⁴ Conforme Beck (1992). Utilizamos nesse trecho a tradução livre de Landini (1998, p.11-12).

domésticas e recorrendo ao consumo de serviços. Por sua vez, os homens que vivenciam os novos arranjos familiares, também reforçam esse consumo. Dessa forma, temos a expressão da reordenação da *gramática* espaço-temporal, em que a reprodução do processo vital deixa de ser associada unicamente ao espaço doméstico. Passa-se menor tempo em casa, ocupando-o com a TV, com formas variadas de lazer, com cuidados relativos à própria educação ou à dos filhos e filhas - que envolvem um crescente número de atividades. A prioridade dada às carreiras profissional e educacional, assim como a dedicação ao cuidado de si, exige a liberação de algum tempo que, para nossos entrevistados, é o tempo da cozinha. Uma vez que o ato de se alimentar envolve convívio, prazer, sabor, momento ritual e simbólico, tradicionalmente associado ao “sagrado”, essas características devem “migrar” para o espaço do restaurante, adequando-se ao tempo de sua realização no novo local.

Outro aspecto que nos interessa compreender, relativo a mudanças que se operam diretamente em nossas atividades cotidianas, é a concepção de riscos. Um exemplo está no próprio campo alimentar, condicionado ao estado do conhecimento científico, como nos mostra Giddens (1991), um outro defensor dessa visão. Ele cita o caso do ciclamato, cuja classificação pelo FDA americano foi alterada ao longo dos anos 1970 e 1980⁵⁵. De acordo com o autor, confiança e risco estão presentes em todas as circunstâncias, tornando-se difícil para os indivíduos conhecer os limites dessa polaridade.

Como se pode conseguir comer “saudavelmente”, por exemplo, quando todos os tipos de alimentos possuem qualidades tóxicas de uma espécie ou de outra e quando o que é afirmado como sendo “bom para você” por peritos nutricionistas varia com as mudanças de estado do conhecimento científico? (GIDDENS, 1991, p.148).

⁵⁵ Conforme nota à p.148 (GIDDENS, 1991), nos anos 70, o uso de ciclamato em alimentos foi proibido pelo FDA. Em 1984, com o aumento do consumo de refrigerantes de baixas calorias, diante da pressão dos fabricantes, a proibição foi revista. Um ano depois, a National Academy of Sciences constatou que sozinho o ciclamato era provavelmente inofensivo, mas não era seguro na associação com a sacarina.

Vários pesquisadores contemporâneos têm dedicado atenção especial a essa questão dos riscos ligada à das ansiedades relacionadas à alimentação, estimuladas pelas dúvidas e incertezas geradas por controvérsias no debate acadêmico. Estudos realizados nos Estados Unidos, Suécia e Japão comprovam que se tornou globalizada a preocupação do público quanto aos riscos alimentares para a saúde. Contudo, a escala de valores atribuídos às ameaças, por parte das pessoas leigas, nem sempre corresponde àquela implementada pelo debate dos especialistas, conforme demonstraram BEARDSWORTH & KEIL (1997).

Nesse contexto de transformações, uma questão se torna crucial para a compreensão do problema que nos apresentamos: diante da redefinição de relações de trabalho, com novas ocupações e a participação significativa das mulheres na população economicamente ativa, que mudanças ocorreram efetivamente nas relações entre homens e mulheres, sobretudo no âmbito doméstico, que nos auxiliam a compreender as novas formas de sociabilidade e os novos hábitos alimentares, configurando-se, no caso em questão, na afluência das famílias aos restaurantes *self-service*?

Reestruturação da família e do trabalho doméstico

O processo de reestruturação das relações de gênero, ao qual se refere Beck, está inserido numa ampla gama de transformações que ocorrem num mundo *sem fronteiras*. Assim, a despeito das peculiaridades históricas e culturais vividas pelas mulheres brasileiras, e das especificidades culturais locais que caracterizam as experiências das mineiras por nós estudadas, optamos por recorrer à análise comparativa das situações vivenciadas por famílias brasileiras e de outros países, relatadas em estudos que recuperaram parte do processo de divisão do trabalho doméstico, procurando dar-lhe *visibilidade*.

A maioria dos estudos sociológicos sobre a culinária e a divisão do trabalho doméstico, publicados na década de 1990⁵⁶, revela que as mulheres, trabalhando fora ou dedicando-se somente ao lar, continuam sendo as grandes responsáveis pelo espaço da casa. Isso denota que, mesmo participando de trabalhos remunerados fora de casa, elas assumiram uma dupla carga, porquanto continuaram com responsabilidades caseiras, especialmente as de cuidar dos filhos e do preparo da comida.

As pesquisas que registraram a segunda metade dos anos 1990 mostraram um quadro em que se mantém a avaliação relativa aos anos 1980, feita por Mennell, Murcott e Otterloo. O diagnóstico não deixa dúvidas: as mulheres permaneciam como guardiãs domésticas, encarregadas da maior parte do trabalho da casa.

Malgré les proclamations, après la Guerre, de l'accroissement de l'égalité domestique et de la démocratie maritale, les études sociologiques des années 1980 démontrent que les femmes continuent à être (les gardiennes) les gardiennes de la santé, du bien-être et de l'harmonie domestiques, et donc à être chargées de la plus grande partie du travail de planification, d'approvisionnement et de préparation pour fournir des repas correspondant aux goûts du reste de ménage (MENNELL et alii, 1992, p.151).

Entretanto, uma dificuldade com a qual nos deparamos na obtenção de nossos dados diz respeito ao que alguns estudiosos nomearam de *invisibilidade* do trabalho doméstico. Sluys, Chaudron e Zaidman, que elaboraram suas análises sobre práticas culinárias cotidianas, na França, nos anos 1990, estão entre os autores que se queixaram da falta de visibilidade do trabalho no lar, pois, não sendo este socialmente reconhecido como trabalho, torna-se invisível, *não dito* (SLUYS et alii, 1997)⁵⁷.

⁵⁶ Grande parte desses estudos refere-se à década de 1980 e ao início da de 1990.

⁵⁷ Para efetivar nossa discussão, selecionamos os textos de Sluys et alii e Silva, embora referências à *invisibilidade* estejam presentes também em outros artigos das revistas *Cadernos Pagu*, *Estudos Feministas* e *Les Temps Modernes*. Vejamos, como exemplo, a afirmação de DEVREUX (1983, p.1337) a esse respeito: *Malgré son importance quantitative et ses nombreuses apparitions dans la journée, le temps de la cuisine, morcellé et utilisé à d'autres occupations conjointes, reste relativement invisible. De même que le temps du*

Silva (1998) reafirma essa invisibilidade quando pesquisa tecnologias domésticas em uma cidade brasileira. No seu entender, em países desenvolvidos, as investigações sobre a indústria de eletrodomésticos preocupam-se em considerar as usuárias dos equipamentos. No Brasil, ao contrário, as usuárias e as demandas do trabalho doméstico não são mencionadas. Para a autora, as tecnologias seriam mais eficientes, estimulando mudanças nas relações de gênero, se o trabalho nos lares e aquelas que o realizam fossem mais *visíveis* (SILVA, 1998, p.33).

Diante de certa dificuldade relativa às lacunas que encontramos em nossas fontes, centramos nossa análise em algumas pesquisas, tendo como parâmetro, para sua seleção, a possibilidade de recompor parte dessa visibilidade que elas se preocuparam em recuperar.

Iniciamos a discussão por Giard (1997), visto que consideramos suas ponderações bastante abrangentes e de importância fundamental para a compreensão da forma como as transformações que hoje vivenciamos foram sendo gestadas na década de 70. Quando a comparamos às outras análises, percebemos o quanto sua análise permanece atual. Suas pesquisas com mulheres da pequena e média burguesia indicaram que, até muito pouco tempo, as francesas ainda continuavam sendo as encarregadas da cozinha das casas, apesar das entrevistadas terem manifestado pouca disposição para enfrentar os gestos repetitivos e obrigatórios do dia-a-dia diante de novos interesses e de duplas jornadas de trabalho. No espaço do lar, a autora constatou que os homens, na faixa aproximada de 45 anos, cozinhavam apenas de tempos em tempos, como diversão, não havendo para eles um *contrato implícito* como o que relegava a culinária privada às mulheres.

O estudo demonstrou a existência de uma divisão de trabalho bastante antiga na área da cozinha, que emergiu no final do século XVIII e permaneceu por todo o século XIX.

travail domestique dans son ensemble, il n'est pas socialement reconnu comme l'est le temps du travail

Quando a gastronomia tomou uma *vertente teórica e literária*, as mulheres foram excluídas tanto dessa elaboração teórica como dos grandes restaurantes e grandes reuniões de *chefs*. Ainda hoje, são os homens que compõem juris, dirigem guias, dominam as colunas da imprensa. De acordo com Giard (1997), eles têm o peso da autoridade e da legitimação social herdadas por *direito de nascença*, enquanto as mulheres continuaram com o trabalho de casa, com as tarefas monótonas de execução e com as ocupações subalternas (GIARD, 1997, p.291-292).

Na França, como no Brasil, pode-se perceber a tendência à modernização de práticas, ingredientes, receitas adotadas nas cozinhas domésticas e utensílios – com utilização de objetos industrializados. As francesas entrevistadas no final da década de 1970 recorriam constantemente a alimentos pré-cozidos e outros de fácil preparo, selecionando receitas rápidas e práticas, que eram normalmente preparadas no jantar, momento de reunião das famílias, pois os pais geralmente trabalhavam fora, e os filhos e filhas ficavam nos colégios em período integral. A experiência das pessoas da mesma idade e as informações da *mídia* acabavam substituindo os cadernos de receitas e tradições, herdados de gerações passadas. É interessante notar em relação a essa substituição que, mais do que uma questão de adaptação às novas exigências da vida moderna, parecia tratar-se de uma rejeição a um *status* social e a um modo de vida que a mulher buscava superar, adotando um novo estilo de cozinha, associado à mudança de materiais, utensílios e modos de cocção. A citação que reproduzimos é esclarecedora dessa questão:

Cada uma se volta então para a experiência das pessoas da mesma idade, abandonando em silêncio o modelo das gerações passadas, com o obscuro sentimento de que as receitas tradicionais vindas do passado seriam complicadas demais, muito longas de preparar, não se adaptariam ao nosso modo de vida, além de, no fundo, fazerem referência a um antigo status social da mulher. Parece que

professionnel ou même le temps des loisirs. Il est un temps secondaire.

muitas de minha geração fomos levadas a pensar que à recusa do antigo estatuto devia acompanhar a recusa das antigas maneiras de fazer que lhe são próprias, portanto devíamos mudar também de 'estilo de cozinha' (GIARD, 1997, p.243-244).

O quadro delineado por Giard (1997) é atualizado pela contribuição de Sluys, Chaudron e Zaidman (1997), de acordo com os quais, a cozinha permanece sendo um *momento crucial* na vida familiar francesa, apesar das transformações que ocorreram tanto na atividade assalariada das mulheres, quanto nas condições de organização do trabalho - relativas às possibilidades de contar com novas tecnologias, novos processos de preparo e acondicionamento de alimentos, ampliação das condições e variedade de abastecimento. As diferenças expressas no comportamento culinário e no discurso das mulheres entrevistadas revelaram diferentes formas pelas quais elas se relacionam com as atribuições que lhes são socialmente conferidas, de mãe e esposa, das quais elas *não puderam ou não quiseram se emancipar* (SLUYS et alii, 1997).

No que diz respeito às diferentes formas de expressão referentes à atividade culinária, foram considerados três tipos de mulheres⁵⁸. Aquelas que evitavam pensar a cozinha, demonstrando um total desinteresse e vendo-a como um fardo, foram identificadas como *objectrices*. Investiam seu tempo em outras atividades, cozinhavam pouco ou compravam pratos prontos ou congelados, e reivindicavam a divisão das tarefas pelos maridos e filhos de ambos os sexos. As *guerreiras*, por sua vez, apresentaram um domínio total da cozinha, como atividade e como lugar. Cozinhavam cotidianamente, por prazer, eram o centro das operações e não queriam ajuda. Utilizavam pouco os pratos prontos e congelados, cujo consumo criticavam. Mesmo quando trabalhavam fora, preocupavam-se mais em ganhar com preços do

⁵⁸ A tipologia adotada foi construída como metáforas, baseadas na forma como as mulheres entrevistadas - casadas e mães - se referiam à atividade culinária, por meio de expressões como *combat, tactique, envahisseur* etc. Não existe correlato em português para o termo *objectrice*, feminino de *objecteur de conscience*: aquele que, valendo-se de pretextos religiosos, políticos ou quaisquer outros, recusa cumprir as suas obrigações militares. (*Grande Dicionário de Francês-Português Domingos de Azevedo*, ano??).

que com tempo de preparo dos alimentos. Esses dois grupos, representando casos limites, eram menos numerosos que o das *recrutadas*, com sua postura avaliada como *aceitação submissa*, sacrificando parte de suas vidas, e fazendo *parce qu'il faut le faire*, atentas à variedade das refeições e às normas dietéticas, que apareceram como as mais preocupadas em desenvolver estratégias de organização e cálculos.

É interessante notar que, apesar das diferentes atitudes, todas as entrevistadas consideraram a cozinha como um atributo feminino. A convicção de que a gestão do cotidiano deveria ser responsabilidade das mulheres levava aquelas que não se enquadravam no modelo de mãe e esposa a se diferenciarem em relação ao temperamento e à identidade pessoal. Essa postura conferiu uma significação ambígua ao discurso sobre a ajuda do marido e de filhos e filhas. Na verdade, aqueles que participavam da preparação culinária constituíam exceções, e somente um pequeno número de mulheres reclamou essa participação.

A observação da forma como francesas organizavam a vida familiar e dela participavam, no final da década de 1990, retrata um cenário em que, na *distribuição interna do risco*, como nomeou Beck, a mulher ainda permanece encarregada da gestão do cotidiano da casa, mesmo que essa obrigação não seja acolhida de modo igual por todas. A esse respeito, Sluys et alii lembram que, se a gestão do tempo, do dinheiro e do conjunto das atividades da casa significa controle e *savoir-faire*, a relação de serviço permanece⁵⁹.

No amplo balanço realizado por Beardsworth & Keil (1997), relativo à literatura sobre a organização social do comer no interior das famílias, notamos que a realidade das mulheres inglesas, americanas e suecas não parece trazer novidades ao quadro acima descrito.

A pesquisa efetivada entre casais ingleses, por Warde & Hetherington, em 1994, indicou que as mulheres predominavam nas atividades principais relativas à preparação de

⁵⁹ Sobre a questão das relações de poder no âmbito doméstico, ver também BATTAGLIOLA (1983).

refeições, enquanto os homens predominavam em áreas marginais como buscar *take-away*, preparar bebidas e churrascos. A amostra contava com uma percentagem significativa de mulheres que trabalhavam em atividades remuneradas (81%). Em 30% dos lares, as compras principais eram uma atividade dividida pelo casal. Nos casos em que as mulheres trabalhavam em tempo integral, ou eram profissionais liberais, os homens eram mais propensos a preparar refeições familiares. Porém, nas classes operárias, isso não acontecia (WARDE; HETHERINGTON apud BEARDSWORTH & KEIL, 1997).

Nova pesquisa realizada por Warde & Martens, no final dos anos 1990, corrobora as observações anteriores. Em 599 domicílios com casais consultados, as tarefas relativas à principal refeição tinham sido realizadas predominantemente só pelas mulheres (em torno de 50%). Elas tinham planejado, elaborado e servido a comida, em $\frac{3}{4}$ dos casos relativos à última principal refeição. Os relatos indicaram que os homens participavam mais das compras, da arrumação da mesa (32% dos casos) e da função de lavar louças (39%). Na visão dos autores: *The findings support the claims of DeVault and others ..., that food work remains predominantly women's work, even though male and female contributions vary across these tasks* (WARDE & MARTENS, 2000, p.95).

Estudos similares de DeVault (1991), nos EUA, e de Ekström (1991), na Suécia, comprovaram amplamente os resultados ingleses⁶⁰. A análise de Ekström (1991), em uma amostra de mais de 300 famílias suecas com filhos, proporciona a visão de que as tarefas de provisão e preparação de refeições continuavam sendo predominantemente realizadas por mulheres, sendo raros os pais que tinham algum tipo de responsabilidade nessa área.

⁶⁰ A respeito desses dois países, lembramos também as palavras de Santos (1996, p.302): [...] *essa homogeneidade e estabilidade da divisão sexual do trabalho doméstico foi recentemente defendida por E. O. Wright ao demonstrar que, entre as famílias norte-americanas e suecas, o montante de trabalho doméstico realizado por homens não variava significativamente segundo a classe social* (Wright et al., 1992).

A situação das americanas estudadas por DeVault (1991) não apresentou surpresas, a grande maioria delas estando sobrecarregada com os papéis de planejar, aprovisionar e preparar refeições. Essa observação foi realizada numa amostra em que 50% das entrevistadas trabalhavam fora de casa (DE VAULT apud BEARDSWORTH & KEIL, 1997).

Diante desse quadro, concordamos com Santos (1996, p.301), para quem *a divisão sexual do trabalho no espaço-tempo doméstico tende a ser homogênea e relativamente estável* em formações sociais diferentes, com diferentes formas de divisões sexuais de trabalho em outros espaços-tempo, como o da produção e o da cidadania. Concluímos esta reflexão, fazendo nossas as palavras do autor, que, melhor do que ninguém, sintetiza o que desejamos expor:

Um pouco por toda a parte a mulher tem a seu cargo, para além da reprodução biológica, a preparação de alimentos, as compras para consumo doméstico e o trabalho de organização e execução que permite a reprodução funcional da unidade familiar (SANTOS, 1996, p.302).

Dedicamo-nos, a partir deste momento, ao exame da realidade da divisão do trabalho doméstico apresentada em estudos sobre o Brasil e, mais detalhadamente, sobre Minas, assim como à observação das mudanças de hábitos alimentares de famílias mineiras relacionadas à forma como se efetiva é pensada, nos nossos dias, a referida divisão.

Um olhar sobre o mundo da casa brasileira

O conjunto de fatos que acabamos de descrever foi, ou ainda é, vivenciado também por brasileiras. No entanto, é inegável a existência de fatores que deram forma a padrões específicos de vida doméstica no Brasil, e que são apontados na análise de Silva (1998). Um

deles foi a disponibilidade de trabalho barato, que se combinou à associação que elites e classes médias faziam entre trabalho braçal e degeneração moral, habituando-se a mandar fazer. As mulheres pobres sempre trabalharam fora, inclusive nas fábricas. A partir de 1920, a participação delas como empregadas domésticas foi ampliada, devido ao crescimento do número de mulheres das classes médias urbanas empregadas nos serviços e no comércio, que passaram a depender de auxiliares. Esses fatos não alteraram o modelo patriarcal de família, segundo o qual, os homens provêem e as mulheres servem. As mulheres continuaram servindo, mesmo também provendo e participando cada vez mais do mercado de trabalho.

Como nos lembra Silva (1998), apesar de terem ocorrido mudanças nas tarefas que são parte da vida diária, as pessoas que vivem numa casa conservam certas necessidades, como aquelas relativas à limpeza e à alimentação, pelas quais alguém tem de se responsabilizar. Pode existir mais de um modelo de organizar essa responsabilidade, não sendo imperativo que seja realizada por uma mulher ou que haja empregadas. Contudo, na avaliação da pesquisadora, no modelo brasileiro predominante, as relações de gênero são *muito conservadoras*, e, *no cotidiano do lar não existe trabalho para os homens*. Quando eles são responsáveis por uma casa, normalmente, pagam a uma mulher para efetuar o trabalho (SILVA, 1998, p.49).

Nas entrevistas que realizou, separadamente, com homens e mulheres adultos, na região de Campinas, foi constatado que a maioria dos equipamentos das casas era utilizada por mulheres. Por outro lado, quando havia empregadas, evitava-se o uso de certos aparelhos, cujo custo era considerado mais alto que o trabalho delas. Os homens raramente manifestaram percepção do que seria possível possuir de inovador para as tarefas caseiras. Foi muito pequeno o envolvimento demonstrado, por parte deles, com as atividades da casa, à exceção

dos casos em que dividiam tarefas, ou tinham vivenciado situações nas quais tiveram de realizá-las (repúblicas, viagens).

No entender de Silva (1998), em vários países, a inovação referente à facilidade de descongelar e esquentar comidas foi a que mais afetou os modos de vida em família, possibilitando a participação de homens e adolescentes nessas tarefas. Na amostra analisada, todavia, a pesquisadora constatou seu uso mais freqüente em casas com crianças menores, para esquentar leite e comida (SILVA, 1998, p.47), o que também pudemos observar entre nossos entrevistados em cidades de Minas. Esse fato nos leva a refletir sobre o crescimento do consumo brasileiro de fornos microondas, nos últimos anos. Seria preciso analisar em que medida ele foi realmente incorporado aos hábitos cotidianos das famílias, e em que medida é apenas um símbolo de *status*.

Em várias outras pesquisas, sobre a divisão do trabalho doméstico entre casais brasileiros, evidencia-se uma forma tradicional e conservadora, que parece ser a regra. Entre elas, o estudo de Eliane Andrade (1992) sobre mulheres baianas de diferentes gerações, analisadas em diferentes fases do ciclo de vida reprodutivo. Trabalhando fora de casa, as entrevistadas dedicavam menos tempo ao trabalho doméstico, contando com a ajuda de empregadas domésticas e com uma rede de apoio feminino na família: mães e irmãs que não exerciam atividades fora. Apesar dessa ajuda, uma boa parte do trabalho de cuidado da casa e dos filhos continuava a ser realizada por elas, em detrimento de seu tempo de lazer.

Com o nascimento dos filhos, intensificava-se a dupla jornada e a insatisfação em relação às tarefas desigualmente partilhadas com os maridos, cuja contribuição limitava-se à “ajuda” em atividades exclusivamente femininas *por tradição*: alimentar, cuidar e vestir. Os pais também ficavam com as atividades menos impositivas, *mais agradáveis*, como brincadeiras, jogos, lazer, levar e buscar nos lugares. Nesse momento, a forma mais constante

de resolver os conflitos foi realizar arranjos nos horários de trabalho da mulher para solucionar o problema do cuidado com os filhos.

As mães de adolescentes passavam a reivindicar uma *divisão efetiva e igualitária da responsabilidade de educação dos filhos* (ANDRADE, 1992, p.110). Encontrando-se numa fase mais independente, do ponto de vista profissional, essas mulheres cobravam mais mudanças nas relações familiares, incluindo a ajuda dos filhos.

Em relação às mães com filhos adultos, um ponto comum foi o trabalho doméstico facilitado, numa fase em que *a mulher freqüentemente se liberta, reduzindo seus vários encargos* (ANDRADE, 1992, p.105) e procurando viver um momento de *ser para si*. Nesse contexto, ocorreram diferentes reações às tarefas caseiras. Nina, cujo marido morreu, dispensou a empregada doméstica e optou por fazer tudo. Sua atitude simbolizava a garantia de independência e resistência ao envelhecimento. Por outro lado, Dadá, apesar de contar com a renda estável, também dispensou a empregada e optou por uma diarista, lavanderia por quilo, comida congelada e eletrodomésticos mais sofisticados para ajudar nas tarefas (ANDRADE, 1992)⁶¹.

Essa pesquisa teve o importante papel de apontar que os conflitos vividos por mulheres, *somando papéis sociais*, estimularam mudanças nas relações de gênero, tendência que se tornou visível durante a década de 1990. O casamento, aos poucos, passava a ser pensado como mais igualitário, a mulher expressava um desejo de *mudança na alocação de poder, principalmente dentro do campo familiar*, sobretudo no caso das mulheres mais jovens (ANDRADE, 1992, p.110). As mães de adolescentes também reivindicavam maior divisão de responsabilidades e maior participação dos filhos, enquanto as mais velhas, com filhos adultos, queriam viver para si, não somente para os outros.

Assim, a compreensão dessas mudanças veio a preparar o terreno para a percepção das alterações nas relações no âmbito doméstico e para os novos comportamentos das famílias estruturadas das mais diversas formas, no decorrer do último decênio do século XX.

“Lugar de homem é na cozinha?”

As modificações que se foram consubstanciando no universo da casa das camadas médias urbanas, sem dúvidas, estão relacionadas à ocorrência de um progressivo aumento do número de refeições produzidas ou realizadas fora de casa. No entanto, uma dificuldade se apresenta para efetuarmos nossa análise. Embora numerosos, os estudos sobre as transformações na estrutura familiar brasileira, nos anos 1990, não aprofundam a discussão relativa à questão específica das alterações na divisão do trabalho doméstico, provocadas por divórcios, novos casamentos, saída dos jovens das casas dos pais, uniões homossexuais, que propiciaram a jovens e adultos de ambos os sexos partilharem as tarefas de uma casa ou passarem a viver sozinhos, tendo a responsabilidade da própria casa. Por outro lado, aqueles que se dedicam à compreensão dessa questão continuam a concentrar-se, especialmente, no papel das mulheres, constatando que elas permaneceram como as responsáveis privilegiadas pela cozinha doméstica. Ao que parece, variações no tempo e no espaço pouco modificaram o contraste da divisão secular, segundo a qual, os homens são *chefs*, enquanto as mulheres são cozinheiras do dia-a-dia do lar.

Um número muito pequeno de pesquisas tem dedicado sua atenção ao conhecimento do que os homens realmente fazem como tarefas rotineiras, em contraste com uma possível ajuda como uma *reserva de trabalho em emergências*. A esse respeito, considera-se que,

⁶¹ Vale lembrar que o relato se refere a um momento em que os *self-services* por quilo não tinham se expandido

efetivamente, eles podem ser competentes cozinheiros, mas não são os encarregados das principais refeições, auxiliam ou escolhem quando cozinhar, enquanto as mulheres, normalmente, não têm opção (MENNELL et alii, 1992).

Uma vez que a maioria dos pesquisadores se concentra em depoimentos femininos, perdem-se as nuances dos significados que cada sexo atribui à divisão de trabalho. Essa tem sido uma das lacunas de nossos dados. A contribuição de De Vault's (1991), nesse caso, foi apontada por Mennell et alii (1992) como significativa, já que foi uma das primeiras a incluir depoimentos de parceiros masculinos de mulheres entrevistadas, preocupando-se com a construção do sentido que ambos atribuíam às atividades ligadas à casa. Embora o número de entrevistados tenha sido pequeno – três homens em 30 lares –, ela desenvolveu uma análise precisa desses parceiros que cozinham *mais do que ocasionalmente*, mostrando que realizavam a tarefa *'sob instrução'* da mulher, que organizava as rotinas e as controlava a cada dia. De Vault comentou também o contraste no modo como homens e mulheres falaram sobre seu trabalho em casa. Enquanto elas planejavam as refeições em torno das preferências de suas crianças e maridos e reprovavam-se pelas próprias falhas, esses pontos estavam ausentes nos relatos deles (DE VAULT apud MENNELL et alii, 1992).

No caso brasileiro, boa parte dos dados dos quais dispomos sobre participação do homem nas tarefas do lar, assim como sua opinião a esse respeito, não resultam de estudo acadêmico, mas de pesquisa desenvolvida visando a um conhecimento dos consumidores,¹ no sentido de [...] *traçar caminhos táticos e estratégicos na área de marketing*⁶². O objetivo principal foi investigar quando e como atividades domésticas precisam ser executadas na vida diária de homens de classe média em cinco cidades brasileiras: Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, São Paulo e Rio de Janeiro.

na cidade de Salvador, onde a pesquisa foi realizada.

Para a coordenadora da pesquisa, a socióloga Ana Lúcia Miranda, a inserção da mulher no mercado de trabalho assegurou-lhe um *novo papel social e familiar*, liderando um processo de mudanças. Os homens, por sua vez, vivenciam um contexto bem diferenciado das referências familiares e de valores que tiveram no passado, não demonstrando expectativa em viver com donas de casa como foram suas mães. Coube a eles *aceitar as novas condições e transformá-las em discurso próprio*⁶³.

Uma nova organização das funções está relacionada ao grau de responsabilidade e envolvimento das mulheres com seu trabalho, assim como ao salário que ganham. O distanciamento do lar pode ser resolvido por *terceirização* dos serviços (empregadas, faxineiras, babás, motoristas) ou pela exigência de maior participação dos homens nas atividades da casa. Entretanto, a própria pesquisa aponta que a contratação de uma ou mais domésticas não é a propensão que se solidifica para a chamada *classe média*.

Para a compreensão das tendências de comportamento da vida familiar, foram criadas tipologias baseadas nas maneiras como homens e mulheres lidam com as tarefas da casa⁶⁴. No caso das mulheres, foram considerados três perfis. As *bandeirantes*, que apresentam algumas semelhanças com as *objectrices* francesas, são movidas pela racionalidade, são seguras, têm auto-estima positiva e sua prioridade diz respeito aos compromissos profissionais, não à vida doméstica. Porém, ao contrário das francesas, não se envolvem em tarefas cotidianas. Geralmente, *terceirizam* os trabalhos, cercam-se de equipamentos e produtos sofisticados de limpeza, utilizam alimentos prontos ou de preparo rápido. Podem também contar com o

⁶² Lugar de Homem é na cozinha (2000, p.3).

⁶³ Idem, p.11.

⁶⁴ As tipologias foram utilizadas como *artifício metodológico* e construídas a partir da identificação de alguns *perfis emblemáticos*. Nos dizeres de Ana Miranda (2000, p.18): *Estes perfis não têm a pretensão de "encaixar" em categorias estanques e predefinidas os universos masculino e feminino. Também não pretendem dimensionar - ou calcular- quantos homens e mulheres poderiam ser considerados como representantes de cada um dos perfis indicados.[...] O objetivo é contribuir, utilizando as ferramentas que a pesquisa qualitativa oferece, para uma melhor compreensão das tendências de comportamento da vida familiar.*

auxílio de *maridões*, sogras e mães. As *equilibristas* são negociadoras e ressaltam o companheirismo. Contribuem com o orçamento familiar de maneira equivalente ou inferior ao parceiro. As mais jovens, casadas há pouco tempo, conseguem dividir as tarefas com os maridos. As mais velhas, com filhos adolescentes ou adultos, normalmente consolidaram suas vidas profissionais no casamento. Têm maridos tradicionais e pouco disponíveis, precisando utilizar recursos sutis de convencimento para obter ajuda deles. De qualquer forma, as tarefas domésticas não são prioridade em suas vidas. Não abrem mão de fazer o que gostam. Trabalho, lazer e equilíbrio do relacionamento são o que mais importa. Finalmente, foi apontado o tipo *casulo*, cuja situação profissional é tida como *menos importante* que a do marido. Contudo, mesmo quando bem sucedida profissionalmente, a mulher *casulo* encontra-se submetida a um arranjo doméstico do qual não consegue sair e que não é capaz de transformar. Dificilmente conta com a cooperação de maridos, filhos ou filhas, e busca o auxílio de empregadas e mães. Os homens, geralmente, não demonstram companheirismo na relação e, quando realizam alguma tarefa, usualmente, fazem-na para atestar a incompetência da mulher.

Entre os homens, há os *resistentes*, que representam a velha ordem, de acordo com a qual a mulher permanece como dona de casa competente. Os *submissos* sempre existiram. Hoje estão atrelados à vida doméstica, participando das tarefas e das compras. Os *single boys*, solteiros e descasados, assim como os companheiros *rebeldes* são a imagem de quem vive uma situação de transição, fazendo o que tem de ser feito, procurando praticidade, mas sem convicção e sem prazer. Os *modernos* são os que conseguem uma composição mais tranqüila com suas mulheres, partilhando ao máximo sua vida com as esposas, mesmo que não estejam realizando nenhuma revolução. Os *chef de cuisine* são homens tradicionais adaptados aos tempos atuais. Gostam de cozinhar, mas não são os que assumem a cozinha do dia-a-dia. São

eles os chamados artistas da Gastronomia, que compõem seu charme com sofisticação nos pratos, o uso de avental e de outros instrumentos culinários. Os *rainhas do lar* correspondem ao perfil que suplantou condicionamentos, realizando uma verdadeira *inversão de papéis*, assumindo uma jornada de trabalho dupla, executando a maioria das tarefas domésticas. Cozinhar é parte de suas rotinas⁶⁵.

A análise dos afazeres domésticos e dos hábitos de compra e de consumo, esboçada por meio das tipologias apresentadas, indicou maior participação masculina nas atividades da casa, mas a transformação nas condutas sociais e familiares não tem sido efetivada por todos, e nem numa única direção, como se pode deduzir das diferenças apontadas.

Uma avaliação dos resultados da pesquisa em Belo Horizonte demonstrou haver predomínio de homens *rebeldes* e mulheres *casulo*, indicando uma tendência mais conservadora nas atribuições da vida doméstica. Isso não significa que o mineiro desconheça o discurso sobre o *novo papel da mulher* e a necessidade de maior participação nas tarefas relacionadas à casa. Em grande parte dos casos, ele toma para si diferentes responsabilidades do lar, mas não demonstra sentir-se confortável com os *novos papéis*. As entrevistadas, por sua vez, demonstraram desenvolver uma busca para “acomodar” os fatos, mantendo intacta a *dinâmica interna do casal, do lar e de sua respectiva administração*. Foram capazes de romper barreiras na vida profissional, mas *não conseguem reunir condições para romper as estruturas de sua vida familiar*⁶⁶.

⁶⁵ Cf. *Lugar de Homem é na Cozinha*.

⁶⁶ *Idem*, p.70.

Em relação ao consumo, também foi apontado um certo conservadorismo, pois os moradores da capital mineira são considerados como [...] *mais reticentes a novidades do que em São Paulo, Curitiba ou Rio de Janeiro*⁶⁷.

No decorrer de nossa pesquisa, procuramos estar atentas a essa questão das tendências de comportamento da vida familiar, esforçando-nos por perceber a forma como as famílias entrevistadas reorganizaram as atividades relativas aos cuidados com a casa. Nosso estudo reitera a observação de maior participação dos homens nessas atividades, expressa na predominância de tipos semelhantes aos acima descritos como os *modernos*, os *single*, as *equilibristas* e as *bandeirantes*. Também não faltaram os *chef de cuisine*. Os *rainha do lar* e os *resistentes* estão ausentes dos relatos, provavelmente, pela própria seleção dos componentes de nosso *corpus*, já que tratamos com pessoas que optaram por terceirizar a atividade doméstica considerada mais trabalhosa. Passamos a analisar nossos dados.

E lugar de mineira, é na cozinha?

Durante as entrevistas que realizamos com freqüentadores de ambos os sexos, pertencentes a diversas faixas etárias e participando de situações familiares variadas, quando se tocava na questão do trabalho doméstico, basicamente dois pontos eram abordados: a presença ou ausência de uma auxiliar contratada para realizar os serviços e a distribuição das atividades entre os membros da família. As informações sobre este último aspecto apareciam mais espontaneamente nas falas das entrevistadas nas faixas de 20 e 30 anos, principalmente as casadas, que, normalmente, ressaltavam a divisão de tarefas com seus maridos.

⁶⁷ Dados fornecidos por Antonio Zambelli, diretor de Marketing da Perdigão Agroindustrial, para o livro *Lugar de Homem é na Cozinha*. p.79.

Uma característica geral presente entre as pessoas entrevistadas foi preferência por uma diarista, em substituição à empregada doméstica contratada como mensalista. Esta era mantida somente em duas casas, mas apenas em uma delas fazia todo o serviço, incluindo cozinhar. Nesse caso, o jovem estudante entrevistado, morando com os pais, almoçava fora de casa a contragosto. Nas demais residências, muitos recorriam a uma diarista e a serviços fora de casa, como o de lavanderia e do próprio restaurante. No entanto, pelo menos doze pessoas declararam não contratar auxiliares e cuidar da própria casa, sozinhas ou com a ajuda do cônjuge, filhos, filhas, irmãs, ou outro morador, principalmente os recém-casados e idosos.

Duas mulheres, na faixa acima de 50 anos, e três, nas faixas de 30 e 40 anos, com filhos menores de 13 anos, estavam para retomar o almoço em casa no momento da entrevista, quatro delas contratando uma doméstica. Os motivos alegados para essa decisão relacionavam-se a mudanças de horários que impossibilitariam o encontro da família no restaurante, a solicitações dos filhos menores e, em um dos casos, à doença de um membro da família. Duas dentre essas tinham o costume de alternar períodos em casa com períodos no *self-service*, em função do fato de acertarem ou não com a empregada.

Em geral, as pessoas mais velhas estavam acostumadas a empregadas consideradas de confiança, responsáveis, *de forno e fogão*, que faziam literalmente tudo na casa, desde a limpeza, a comida, as quitandas e doces, até o cuidado das crianças e idosos e, muitas vezes, só contavam com a ajuda da *passadeira e lavadeira*, quando não se encarregavam também desses serviços. Sobretudo, não faltavam aos domingos, quando a profissão ainda não era regulamentada, e permaneciam muitos anos na mesma residência. Esse modelo é contrastado com o das domésticas de hoje, tidas como *sem responsabilidade*, pessoas que *não param nos empregos* e que não só não aceitam mais fazer de tudo, como *escolhem serviço*. Uma queixa generalizada foi a de que, mesmo as que propõem cozinhar, não sabem fazer praticamente

nada. Além disso, de 20 a 60 anos, todas contaram aquela velha história do inseto morto, que ficou dias no canto de um cômodo, sem ter sido percebido e limpo.

Assim, as entrevistadas acima de 60 anos⁶⁸ preferiram contratar uma diarista, para a limpeza e para os cuidados com as roupas, ou assumiram elas mesmas essas tarefas e passaram a tomar refeições fora de casa. A cozinha é tida como *o pesado da casa*. A gordura nas paredes e no chão, a louça para lavar, e todas as inúmeras atividades envolvidas no provimento, planejamento e produção de alimentos são rejeitadas pela maioria das mulheres dessa faixa. Mesmo as que alegaram gostar de cozinhar, renderam-se às dificuldades, como a de realização de compras que, em outros tempos, eram geralmente feitas pelos maridos ou solicitadas nos armazéns e empórios conhecidos, que, durante anos e anos, antes de desaparecerem com a chegada dos supermercados, entregavam pedidos diariamente em domicílio. Nesse grupo, apenas um homem, cuja esposa estava doente, assumiu toda a responsabilidade da casa, cuidando de sua arrumação e tomando refeições no restaurante próximo. Os outros dois trabalhavam fora e não participavam das tarefas domésticas. Somente um deles ajudava no almoço de domingo, *matando um frango*, auxiliando aqui e ali as filhas e a esposa, que não gostava de cozinhar, fazendo-o a contragosto. Também era aos domingos que o marido de uma delas ajudava na preparação do almoço, no sítio, encarregando-se da limpeza da cozinha, ou do churrasco, quando esse prato era elaborado. No mais, fazia seu próprio mexido ou ovos, quando tinha vontade de comer algo no jantar, *sem reclamar*. De acordo com ela, foi ele que optou por comerem fora, devido à grande variedade do restaurante, incomparável com a da casa.

As restrições à contratação de domésticas são recorrentes em todas as faixas, nas três cidades pesquisadas. Embora reclamações relativas à necessidade de uma pessoa em quem se

possa ter confiança, e expectativas referentes à responsabilidade e a serviços bem feitos sejam comuns às outras faixas etárias, nas faixas de 40 e 50 anos⁶⁸, outro motivo assume dimensão central para a recusa de uma empregada. Entrevistados de ambos os sexos destacaram a difícil relação entre patroas e empregadas. Pelo menos duas falas consideraram a presença de uma pessoa estranha como invasiva à privacidade. Algumas das mulheres alegaram ter mantido a funcionária enquanto os filhos eram menores, preferindo dispensá-la, contratar diaristas e passar a almoçar nos *self-services*, assim que eles se tornaram maiores e mais independentes. Esse também foi o procedimento da mãe de um entrevistado de 13 anos, que começou a comer fora desde os 8 anos e, à época da entrevista (05/2001), almoçava sozinho ou com o irmão num restaurante próximo ao prédio onde moravam.

No entender desse grupo etário (40 e 50 anos), a empregada sempre traz algum tipo de problema, seja na relação com a patroa, seja na justiça do trabalho ou, nos dizeres de uma das entrevistadas, nas questões que traz de casa e que a patroa, muitas vezes, tem de ajudar a resolver. Em outras palavras, *é mais uma pessoa, ou família, que você assume*, como lembra um entrevistado. Uma de nossas interlocutoras, de Belo Horizonte, foi pioneira no hábito de comer em *self-service*, tendo sido cliente do “Isso e Aquilo”, desde os primeiros dias, quando o sistema ainda era levar para casa. Sua fala sintetiza perfeitamente as das outras pessoas dessa faixa de idade, dois dos homens e a maioria das mulheres, ressaltando o aspecto de uma difícil relação de *amor e ódio* entre patroas e empregadas. De maneira geral, a empregada foi mais percebida como dor de cabeça do que como solução para os problemas desse

⁶⁸ Na faixa de idade acima de 60 anos foram entrevistadas 10 pessoas, 7 mulheres e 3 homens (cf. tabela no capítulo III).

⁶⁹ O número de entrevistados do grupo etário de 50 anos foi 10, apenas 1 do sexo masculino; enquanto que no grupo de 40 anos, 13 entrevistas foram realizadas, 8 delas com mulheres e 5 com homens (Cf. tabela no capítulo III).

complicado departamento emocional, que é a cozinha de uma casa, segundo uma das entrevistadas, que manifestou a seguinte posição:

A casa da família é uma empresa com departamentos diferenciados e muito distintos uns dos outros, e o mais complicado emocionalmente é o departamento da cozinha [...]. A mulher rege toda essa estrutura empresarial com tipos diversos de padrões (filhos, marido) com suas diferenças individuais respeitadas pela dona da casa (I., Belo Horizonte).

Um entrevistado de 40 anos, casado com uma estudante de 20 anos, não concorda com os colegas e sócios da loja, quanto à necessidade de a mulher ir para a cozinha ou para o tanque. Segundo ele, isso é do tempo de sua mãe e de sua avó. Em sua casa, só é lavada a roupa do bebê, os dois arrumam a casa e ele cuida dos banheiros. Já tentaram contratar uma auxiliar, mas não aprovaram. Sua esposa sabe cozinhar, mas não gosta, só faz alguma coisa nos finais de semana. Ele também cozinha às vezes, quando reúne antigos amigos da república onde morou: uma lasanha, um churrasco. Afirma que *comer fora é o caminho*, mas reconhece que ainda são poucos os que pensam como ele: *aqui mesmo na firma os homens pensam diferente, que homem tem que ser durão!* (K., Uberlândia).

Nas faixas de 20 e 30 anos⁷⁰, a contratação de diaristas foi mais comum entre os solteiros do que entre os casados. Nesses casos, a maioria optou por dividir o trabalho de limpeza da casa entre o casal e não comer em casa. Trabalhando fora o dia todo, consideraram difícil encontrar uma pessoa de confiança que ficasse sozinha e fizesse bem o serviço. Alguns chegaram a tentar, mas concluíram que não valeu a pena. No período noturno, quando queriam jantar, também os homens se encarregavam da cozinha. Em dois dos relatos, dentre oito casais, somente eles preparavam jantares.

⁷⁰ 10 pessoas foram entrevistadas na faixa etária de 30 anos, 6 do sexo masculino e 4 do sexo feminino. Na faixa de 20 anos tivemos um total de 11 entrevistas, sendo que 9 pessoas eram do sexo feminino e 2 do masculino (Cf. tabela no capítulo III).

O depoimento seguinte sobre a organização do trabalho doméstico retrata a forma como essa geração encara as mudanças:

Dividimos tarefa, orçamento também, é tudo dividido. Eu pago metade, ele paga metade. É sempre tudo divididinho, seja em casa, seja fora, questão financeira, questão de atividade, é tudo bem, bem dividido, bem estipulado, pra não ter assim, um faz mais isso, um faz mais aquilo.

Questão de mudança do hábito, acho que ela assim, já tinha que ter mudado há muito tempo! Essa questão de a mulher ter um tipo de papel e o homem ter outro tipo de papel, num funciona. Eu acho que assim, todos os papéis são masculinos e femininos, no meu ponto de vista são. Não existe aquela coisa assim, ah! Isso é de mulher, isso é de homem. Algumas coisas são mais fáceis pro homem ta fazendo, né? E algumas coisas são mais fáceis pra mulher. Mas eu acho assim que, dá bem pra ta trabalhando isso. Né? De ... igual mesmo trocar um pneu de carro, ou precisar... eu nunca troquei, mas se precisar eu troco. Eu sempre quando tem alguma coisa assim, eu chamo o R. (risos).

Nem mesmo a questão de limpar casa, fazer comida, o R. cozinha muuuito melhor do que eu! Aliás eu não sei cozinhar nada, eu aprendi a fazer arroz com ele (risos), aprendi com ele, o arroz. Eu sei fritar, batata frita, que eu amo, carne, essas coisas assim, mas fritar. Fora disso eu não sei mais nada. Pipoca, gelatina, sanduíche.

Nunca tive vontade, nunca tive. Acho que isso vem muito também da família, porque a mamãe não curte. E eu sempre escutei ela falar "ah nem! Socorro! Cozinha num ta pra mim!" Então eu acho que eu cresci com aquilo e eu nem sei se eu gosto. Igual, por exemplo, quando vai fazer no final de semana que eu ajudo, o R., eu gosto. Mas eu acho que se fosse pra mim fazer também todo dia eu não, não daria conta. Não gosto! Tem que ser uma coisa bem ocasional mesmo (C., Uberlândia).

O aspecto financeiro, relativo aos custos com uma empregada, foi apontado em todas as faixas etárias, com especial destaque nessas duas, de 20 e 30. Numa análise geral, esse aspecto pesava muito, quando se referiam ao custo total relativo à comparação de gastos entre o comer fora e o comer em casa, constituindo um dos motivos mais citados para a opção pelo restaurante. No entanto, quando analisamos os motivos alegados para manter ou dispensar uma empregada, percebemos que estavam mais relacionados aos fatores acima mencionados, como confiança, rotatividade, habilidade e relacionamento, do que com o aspecto financeiro propriamente.

Num balanço geral, nas três cidades, a maioria das entrevistadas, demonstrou rejeição pelas tarefas domésticas associadas à cozinha, com especial destaque para as mulheres de 50

anos. Em todas as gerações, mesmo aquelas que afirmavam gostar de cozinhar, tendo assumido a função de cozinheira em alguns períodos, alternavam essa prática com a freqüência aos restaurantes, queixando-se do pesado serviço e do grande tempo gasto para realizá-lo. Atualmente, a maioria delas declarou cozinhar muito pouco, um ou outro dia em que a família quer variar, ou quando recebem amigos e convidados.

Quanto aos homens, como afirmamos anteriormente, em todas as faixas de idade observadas, alguns casados auxiliam nas refeições dominicais ou as assumem, quando se trata de uma carne assada, um churrasco, pratos associados ao domínio masculino, como bem demonstrou o estudo de Maciel (1996) sobre o churrasquear gaúcho. Visto que a maioria das mulheres declarou não mais jantar, durante a semana⁷¹, quando têm vontade, eles também costumam ajudar em seu preparo ou fazer sozinhos essas refeições. Nos casos em que existe o hábito de jantar todos os dias, usualmente, as pessoas levam marmitex do restaurante ou apelam para pratos congelados e semi-prontos.

Os solteiros, com mais de 30 e até 50 anos, declararam ter feito incursões nas cozinhas, mas renderam-se à comodidade da variedade e do bom preço dos *self-services*. As experiências culinárias atualmente são eventuais, de preferência, quando têm convidados. Selecionamos a fala de um dos nossos entrevistados, pois reúne um conjunto de elementos presentes nos vários relatos masculinos colhidos em nossa investigação, que já haviam sido apontados em pesquisas realizadas em vários países e corroboram a constatação de que a maioria dos homens escolhe quando e como cozinhar, não fazendo da prática culinária uma contingência em suas vidas, mas associando-a a momentos de convívio prazeroso ou a ocasiões esporádicas.

⁷¹ Os homens casados indicados como os que assumiam o jantar estavam nas idades de 20 a 40 anos, uma vez que no grupo de 50, só entrevistamos 1 homem solteiro, e, nos relatos das mulheres desse grupo, essa prática não foi constatada.

É que morando sozinho a gente não anima mais, né? Fazer comida. Num gosto de lavar louça. Odeio lavar louça, odeio picar legumes, essa trabalhadeira! Gosto de cozinhar mas, assim, gosto de cozinhar, mas gostaria se tivesse tudo prontinho, assim, alguém me ajudando. Como isso não existe, acho muito cansativo cozinhar, principalmente só pra mim, gosto de cozinhar pra mais pessoas, uns pratos especiais de vez em quando. Assim, pra ser elogiado. Mas pro dia-a-dia não. [...] Mas tem dia que cansa, quem come muito em self às vezes vai cansando. Principalmente eu que como muito num só ... Cê fala aí! Hoje eu vou fazer alguma coisa em casa. Mas em casa eu faço praticamente macarrão. Até que um tempo atrás fazia um peito de frango, um peito de peixe, fazia um arroz integral, salada, mas nos últimos anos faço só macarrão. Variações sobre um mesmo tema, mas sempre macarrão. Não tenho mais assim essa disposição pra preparar pratos, a não ser quando tem convidados, ou visita, que aí quando você tem visita em casa é legal preparar uma coisa ou outra [...] (LH., Uberlândia).

Como já havia sido observado na pesquisa da PROPEG, homens e mulheres de todas as faixas incorporaram o discurso da necessidade de reorganização das atribuições domésticas, no sentido de uma maior igualdade ou, pelo menos, de retirar o peso das tarefas das mãos femininas, mediante a “terceirização” dos serviços. Desde o Sr. A., com mais de 70 anos, até os jovens com menos de 20 anos⁷², todos parecem partilhar um consenso, quando constatarem que, hoje em dia, as coisas mudaram, todos na casa trabalham, e a mulher que chega cansada não tem disposição para cozinhar. O próprio fato de que os homens casados entrevistados tenham concordado em comer fora de casa, sobretudo os mais velhos, cujas esposas não mais trabalham, abrindo mão do hábito da comida e do conforto do lar, aceitando o que algumas mulheres consideraram como *sua aposentadoria* ou como *seu presente de Natal*, é indicativo de mudanças significativas nas relações entre os sexos e no comportamento familiar que, cada vez mais, abrangem diferentes gerações.

Considerando que o hábito de comer fora tende a ampliar-se, que é crescente a adesão de idosos, aposentados e de outras famílias que têm um de seus membros sem ocupação fora de casa, além de os motivos para isso não estarem prioritariamente associados a uma contingência decorrente do trabalho longe de casa, encontramos no *self-service* e similares um

locus privilegiado para a análise de novas formas de sociabilidade, intimamente relacionadas à reestruturação das relações de gênero no interior do *espaço-tempo doméstico*, que, como vimos anteriormente, tende a manter a divisão sexual do trabalho *homogênea e relativamente estável* em diferentes formações sociais.

Quem sabe o *self-service* não possibilite uma válvula de escape para essa relativa estabilidade? As mulheres, pelo menos, demonstram estar aliviadas de parte de suas cargas diárias, não necessitando aguardar a velhice para conseguir reduzir o somatório de atribuições, como relataram as baianas entrevistadas por Andrade (1992). Mas *nem tudo são flores*. Como veremos nas análises dos comportamentos alimentares, os jovens com 20 anos e menos foram os que mais se queixaram da mudança de sua alimentação e da ida ao *self-service*. Por causa dos filhos, muitas mães manifestaram a pretensão de retomar as refeições em casa ...

⁷² Nas 6 entrevistas realizadas com menores de 20 anos, 3 com mulheres e 3 com homens, não se falou em empregadas e custos. As experiências culinárias citadas ficaram restritas aos sanduíches.

CAPÍTULO III

Capítulo III

As famílias vão às novas “vitrines”

Vimos que, desde os estudos realizados nos anos 1970 e 1980, vinha sendo demonstrada uma disposição para mudanças nas atitudes femininas relacionadas às atividades culinárias e às demais tarefas do lar. Tais mudanças estiveram ligadas ao planejamento individualizado de biografias, que passaram a priorizar a educação e a carreira, em detrimento da estrutura tradicional da família, dos *papéis* e da relação entre os sexos, levando a um conseqüente avanço da participação da mulher no mercado de trabalho. Estiveram, também, associadas a conquistas que apontavam para uma tendência mais igualitária nas relações entre os sexos. As análises sobre o mundo da casa indicaram, contudo, que a mulher permanecia responsável pela administração dos recursos domésticos e pelo cuidado dos filhos, das filhas e da casa. A participação masculina quando ocorria, dava-se mais como auxílio e como opção, do que como contingência.

No caso que estudamos, comer fora tornou-se opção preferencial de mulheres que pretendiam ficar livres do papel tradicional associado à cozinha. Na verdade, essa atividade envolve todo um encadeamento de operações, como a escolha e a compra dos alimentos, a programação dos *menus*, sua preparação e, finalmente, depois da refeição, a limpeza da cozinha e da louça. Assim, decidiram convencer suas famílias a aceitarem a nova proposta, cabendo-lhes, geralmente, a escolha dos lugares e, conseqüentemente, do tipo de comida. Isso significou uma nova forma de responsabilidade que poderia libertá-las de parte de sua carga e de um dos principais motivos de conflito familiar à mesa, segundo Dutra (1991), e do maior motivo de queixa da mulher francesa, de acordo com Giard (1997): atender aos gostos

individuais heterogêneos dos membros da família. Além do mais, concordamos com Menell et alii (1992), que, nesse ponto, há uma questão que não deve ser subestimada, pois satisfazer às preferências do marido e das crianças lhes confere um poder que *sublinha os limites da autonomia doméstica das mulheres* (MENNEL et alii, 1992, p.151).

Vejamos a recomposição do quadro em que as novas “vitrines” aparecem como importantes soluções diante das novas tendências de comportamento das famílias.

Os novos *habitués*: uma opção planejada

A crescente participação feminina na PEA, representando 40,3% de seu total em 1999, certamente está associada ao sucesso dessa fórmula, devido à reestruturação da vida doméstica, que é um de seus corolários⁷³. Vale lembrar, contudo, que o crescimento dessa participação ocorreu num quadro em que houve decréscimo do trabalho industrial e assalariado, ao passo que o setor de serviços pessoais foi intensificado, predominando uma situação de informalidade e precariedade, na qual as mulheres são campeãs, conforme apontam os dados da pesquisa realizada por Segnini (1999). Esse fato torna-se visível na própria atividade dos restaurantes que analisamos, pois 68,5% deles constituem empreendimentos familiares, envolvendo maridos, mulheres, filhos, filhas, mães, sogras ou mesmo irmãs e irmãos, normalmente trabalhando sem carteira assinada e outras garantias trabalhistas. Por um lado, de acordo com alguns proprietários, essa participação da família é imprescindível para a sobrevivência do negócio, pois a margem de lucros é tida como

⁷³ Em alguns casos, como aquele do estudo de Dutra (1991), tratado no tópico “Feijão, angu e couve” deste trabalho, percebemos a posição da própria família desvalorizando o aspecto doméstico, de maneira especial o culinário, tendo como perspectiva a realização profissional das mulheres.

pequena; por outro, muitos consideraram a abertura do restaurante como uma forma de garantir a colocação dos filhos e filhas no mercado de trabalho.

Quanto à atividade, é dividida de acordo com as habilidades que cada um demonstra. Aquele que é mais sociável, paciente e “de boa prosa”, normalmente, fica no caixa e no atendimento aos clientes, desempenhando um papel fundamental junto aos freqüentadores. Dessa forma, a mulher nem sempre está na cozinha; muitas vezes, ela é responsável pelo caixa e até mesmo pela parte administrativa. Qualquer que seja sua atividade, no entanto, mesmo se for responsável pela cozinha, lembramos que ocorre a quebra de uma convenção secular que relegou a mulher à culinária doméstica, enquanto os *chefs* e a maioria dos *restaurateurs* são homens.

As mudanças na composição das famílias brasileiras fazem com que as mulheres casadas e com filhos não sejam as únicas a buscar suprir fora de casa a necessidade de alimentação, questão cotidiana e vital. No quadro da pluralidade de formas das pessoas viverem juntas ou sozinhas, como afirmamos anteriormente, também os homens e mulheres solteiros e descasados, os idosos de ambos os sexos, assim como aquelas pessoas que compartilham uniões homossexuais participam desse público crescente que procura por serviços fora do lar, entre eles, os *self-services*.

Duas alterações detectadas no último censo do IBGE (2000) são particularmente elucidativas dessas mudanças nas estruturas familiares, que associamos ao aumento da procura por refeições fora de casa. A primeira delas diz respeito ao envelhecimento da população brasileira. De 1991 a 2000, houve um crescimento do grupo com mais de 65 anos, que passou de 4,83% para 5,85% da população. Esse é um dos grupos que mais cresce como público dos restaurantes próximos das regiões onde moram nas cidades observadas, sobretudo

Belo Horizonte e Uberlândia. Em alguns estabelecimentos, como indicaram os proprietários, as pessoas mais idosas predominam visivelmente na composição das famílias frequentes⁷⁴.

Uma outra alteração concerne ao aumento do número de pessoas que moram sozinhas, cujo ritmo de crescimento de 1981 para 1998 foi quatro vezes superior ao da população total. Na verdade, o envelhecimento da população, principalmente das mulheres, é um dos fatores relacionados a essa tendência, de acordo com o chefe do Departamento de Pesquisa e Indicadores Sociais do IBGE. Os últimos levantamentos de Indicadores Sociais, de 1999, apontaram que 8,5% do total de famílias eram unipessoais, representando 3,8 milhões de brasileiros (420 mil em Minas, 130 mil em Belo Horizonte)⁷⁵, enquanto moram sozinhos 24,6% (15 dos 61) dos entrevistados, que comem fora todos os dias.

6-Número de freqüentadores entrevistados por faixa etária e sexo

	+ de 60		50 a 59		40 a 49		30 a 39		20 a 29		- de 20		Total
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	
Belo Horizonte	01	03		06	02	04	03	01	01	05	02	02	30
Uberlândia	02	03	01	02	02	03	02	02	01	03	01	01	23
Monte Carmelo		01		02	01	01	01	01		01			08
Total	03	07	01	10	05	08	06	04	02	09	03	03	61

A metade das pessoas entrevistadas da tabela acima é casada, sendo 20 mulheres e 10 homens (incluídos os que estão em segundo casamento), nenhuma delas na faixa de menores de 20 anos. A outra parte é constituída por 10 homens solteiros e 12 mulheres, das quais 4 eram viúvas e 4 já haviam desfeito um casamento e não se casaram novamente, 3 delas vivendo com os filhos e 1 sozinha.

⁷⁴ Fora de Minas, esse fato também tem sido observado. O Bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, tem chamado a atenção da mídia e também de nossos entrevistados, pela concentração de idosos nos prédios, nas praias, restaurantes e vários outros espaços onde sua numerosa presença se destaca.

⁷⁵ GÓIS, 2000, p.C5.

Durante o almoço nos restaurantes, praticamente a metade das pessoas (29), incluindo 18 solteiras, 10 casadas e 1 viúva, declararam estar sozinhas na maioria das vezes. Algumas, eventualmente, almoçam acompanhadas de esposas e esposos, irmãs e irmãos, de clientes ou conhecidos do trabalho e do próprio restaurante. 62% desse grupo são constituídos por pessoas solteiras, a maioria, da capital. No conjunto, 19 (65%) são de Belo Horizonte (11 solteiras e 8 casadas).

A outra metade do grupo, totalizando 32 pessoas (52,4%), almoça acompanhada, em situações variadas. Dessas, 8 (25%) almoçam com a família completa – pai, mãe e filhos - , sendo a maior parte pertencente às faixas de 40 e 50 anos. Essa ocorrência foi mais comum em Uberlândia, mas também foi citada nas outras duas cidades. Outras 10 (31,2%) almoçam só o casal, a grande maioria em Uberlândia (80%), concentrando-se mais nas faixas dos acima de 60 anos e de 20 anos. 5 delas (15,6%), 2 casadas e 3 separadas, são pais ou mães acompanhados dos filhos. Finalmente, 9 pessoas - solteiras, viúvas e separadas - almoçam sempre acompanhadas de conhecidos do próprio restaurante, amigos e parentes.

É significativo o número de pessoas aposentadas que contatamos. Na faixa dos acima de 60 anos, quatro pessoas não deram informação a esse respeito, sendo que somente duas delas, do sexo masculino, continuavam trabalhando. Em relação às mulheres, cinco se declararam aposentadas e uma pensionista. Entre 40 e 59 anos, havia seis mulheres nessa condição, somente uma delas trabalhando novamente. Quanto às ocupações anteriores, 6 tinham sido professoras, 3 do serviço público e 3 donas de casa, duas das aposentadas e a pensionista.

Em relação às ocupações atuais, 22,9% (14 pessoas) declararam não estar trabalhando fora de casa ou estudando no momento da entrevista, dentre essas, as aposentadas, as de mais de 60 anos e uma dona de casa na faixa de 30 a 39 anos. Dez pessoas estavam estudando e

seis delas trabalhavam e estudavam, sendo que a maioria era do sexo masculino – sete homens, dos quais, quatro trabalhavam (todos na faixa de – de 20 a 39 anos). Os demais eram trabalhadores dos mais diversos ramos, abrangendo setores de serviços e profissões liberais, como podemos visualizar na tabela de ocupações.

Analisados por sexo, os dados indicam uma percentagem de 95% entre os homens trabalhando fora (19 em 20) e de 68,3% entre as mulheres (28 em 41). Quanto ao tempo de ocupação dos entrevistados de ambos os sexos, 71,7% (33 em 46) trabalhavam em tempo integral enquanto 23,9% (11 em 46) faziam-no em tempo parcial, predominando as mulheres nesse último caso: 81,8% (9 em 11).

Se considerarmos o número de mulheres que, no momento da entrevista, não trabalhavam fora e não tinham ocupação remunerada dentro de suas casas (13), acrescido ao número das que estavam ocupadas somente em período parcial (9), teremos um total de vinte e duas mulheres, com tempo potencialmente disponível para tarefas domésticas, o que representa 53,6% do total das entrevistadas.

Entre os homens, havia dois com horário parcial, um aposentado e três com horário flexível, que, em tese, também dispunham de tempo para atividades caseiras e que representaram 30% do total de entrevistados masculinos. Somando-se as pessoas dos dois sexos, praticamente a metade do conjunto, 45,9%, com disponibilidade de tempo para dedicar-se a alguma tarefa doméstica, optou por comer em restaurantes por quilo. Nesses casos, portanto, não se trata de uma completa imposição advinda das condições de trabalho ou estudo e das dificuldades de deslocamento, motivos mais comuns para a refeição fora de casa. Trata-se de uma opção planejada, sendo considerados diversos fatores, como disponibilidade de empregadas domésticas capacitadas; o tempo gasto para compras, programação e preparação da comida; a comparação de custos, envolvendo desde os alimentos propriamente

ditos, até o custo de uma cozinheira e o material de limpeza; a aptidão e disposição; organização e limpeza da própria casa, sobretudo da cozinha; a variedade de opções e a praticidade dos locais escolhidos. Esses fatores também foram analisados por aqueles que trabalhavam e necessitavam almoçar fora, pesando na balança no momento de realizar a opção pelo tipo de refeição a ser procurado: quilo, *buffet*, marmita, marmitex, lanche ou outros.

Foram notadas diferenças no hábito de comer fora. A maioria delas se expressa em variações por faixa etária e, em menor número, por cidades. Assim, embora tenhamos observado cidades de portes diversos, há muitos pontos em comum entre as pessoas de uma mesma geração que comem fora nas três localidades, expressos, sobretudo, pela confluência nos motivos que levaram nossos entrevistados e entrevistadas a tomarem refeições fora de casa, assim como por partilharem algumas características: trata-se de um grupo cuja maioria pertence às camadas médias, com alto índice de escolaridade, influenciado por modos de vida e comportamentos que se globalizaram, o que se manifesta numa reordenação das atribuições tradicionais relativas à divisão sexual do trabalho dentro e fora do lar. Esse fato é particularmente sugestivo em Monte Carmelo, uma vez que as distâncias são pequenas, os deslocamentos não excedem vinte minutos, não há problemas de trânsito e os transportes públicos são gratuitos. Ainda assim, é crescente o número de adesões ao hábito de almoçar fora por parte das famílias locais. Destacamos o fato de que a única dona de casa que entrevistamos, não aposentada e sem ocupação fora, era moradora dessa cidade.

Em alguns casos, a abertura de *self-services* está diretamente associada ao novo hábito, o que é comum na faixa etária dos acima de 60 anos, em que coincide a data de abertura dos primeiros restaurantes por quilo com o período indicado para o início do comer fora, porquanto as pessoas dessa faixa não declararam experiência anterior com a restauração diária

feita fora de casa. Ao contrário, muitos começaram essa prática quando se aposentaram. A tendência para o crescimento do público idoso fez-se sentir primeiro nas duas cidades maiores, pois seu número ainda é muito pequeno em Monte Carmelo, onde a solução predominante para quem não quer cozinhar parece ser o costume de utilizar marmitas.

Na faixa dos 50 anos, em Uberlândia e Belo Horizonte, temos algumas mulheres pioneiras que levaram suas famílias para os restaurantes logo que estes abriram, mas também temos situações de pessoas que já comiam fora devido ao trabalho longe de casa, fato que se repete nos grupos de 40 e 30 anos. Em dois casos relativos ao grupo de 40 anos, o hábito também foi associado à abertura dessa modalidade de serviço. Nessas três faixas, percebe-se uma diferença entre Belo Horizonte e Uberlândia, no fato de os entrevistados da capital terem começado a comer fora mais cedo, estando o costume associado ao trabalhar fora. Em Uberlândia, nenhuma das pessoas entrevistadas desses grupos de idade indicou o trabalho como razão para começar a almoçar diariamente em *self-services*.

7-Tempo de freqüência às refeições fora de casa

Idade/Tempo	1 a 3 anos	mais de 3 a 6 anos	mais de 6 a 10 anos	mais de 10 anos*
mais de 60	02	03	04	01
50 a 59	04	01	04	02
40 a 49	01	02	05	05
30 a 39	04	01	03	02
20 a 29	04	05	02	-
menos de 20	04	01	01	-

* Nesse item, como os primeiros *self-services* por quilo são de meados de 1980, alguns chegaram a comer em outros sistemas de serviço, como o *a la carte*, prato executivo, prato feito.

Entre os motivos que levaram as pessoas de todas as gerações, nas três cidades, a comer fora de casa, o mais apontado foi a necessidade de uma alternativa à empregada doméstica. A dificuldade para conseguir uma pessoa qualificada, somada ao seu custo atual,

que envolve salário, carteira assinada, transporte e alimentação, foram fatores decisivos para a mudança de hábitos.

8-Ocupações fora de casa dos freqüentadores entrevistados

No. Pessoas	Ocupação fora de casa	Sexo m.	Sexo f.	Faixa etária	Tempo parcial	Tempo integral
02	taxistas	02		40 a +60		02
01	contador	01		+60		01
04	gerentes (3 de bancos, 1 de comércio)	02	02	40 a 59	03	01
02	escriturárias de banco		02	40 a 59	02	
04	comerciantes	01	03	-20 a 29 40 a 59		04
05	micro-empresários	01	04	-20 a 59	01	04
03	secretárias		03	-20 40a 59	01	02
02	ator/ artista plástico	02		30 a 39 50 a 59		
02	publicitários	02		30 a 49		02
04	funcionários públicos	01	03	20 a 49		04
03	professoras de inglês		03	20 a 39	01	02
03	Profissionais liberais	01	02	20 a 39		02
05	Trabalhadores em serviços (cabeleireiro, programação, escritório, <i>call center</i> , turismo, <i>center</i>)	02	03	-20 a 39		05
04	Estudantes*	03	01	-20 a 29	03	01
02	Trabalhadores em vendas	01	01	-20 a 39		02

* Estudantes que trabalham estão incluídos nas outras categorias

Praticamente, a metade dos entrevistados considerou, também, os valores gastos com supermercados e outras compras, como verduras, frutas e legumes, e uma série de provisões que a cozinha requer, inclusive material de limpeza. Além disso, lembraram que, com a mudança, são evitadas as sobras na geladeira e a repetição, no caso dos que moram sozinhos, como ocorre comumente, com a utilização de uma mesma verdura ou legume por vários dias, para que não ocorra desperdício, visto que é ainda limitado o número de produtos, em porções pequenas, destinados a esse público.

As despesas representaram importante argumento, pois muitos dos entrevistados, principalmente os homens, somaram “na ponta do lápis”, compararam e concluíram que comer fora tem um custo relativo mais baixo, quando se trata de casais, pessoas sozinhas ou famílias pequenas. Essa é uma ocorrência típica entre os idosos, que acabam se acostumando e adaptando, quando concluem que há vantagem financeira e é mais prático, superando alguma resistência apresentada no início, como foi relatado por dois senhores e uma senhora.

A disponibilidade de tempo para outras atividades foi indicada como elemento a ser ponderado, no custo comparativo que é estabelecido entre os gastos no restaurante e os relativos à cozinha de casa. As pessoas com idade em torno de 40 e 50 anos foram as que mais valorizaram e detalharam esse elemento cujo valor não é pensado como “contabilizável”: tempo gasto com o supermercado, descarregar e guardar compras; acondicionar provisões, muitas vezes, dividindo-as em porções, como no caso do congelamento de carnes; planejar cardápios, preparar a comida, colocar a mesa, lavar louça, guardá-la, tudo isso envolvendo a duração relativa ao ato de cozinhar. No grupo de 30 anos, a rapidez do próprio sistema *self-service* sobressaiu na fala de pelo menos três dos entrevistados.

Praticidade e variedade foram elementos destacados, que resumem a idéia de dispor da comida pronta, diversificada, atendendo aos diferentes gostos, enquanto a casa permanece limpa, sem gordura, sem louças sujas e sem desperdícios na geladeira. Além do mais, houve testemunhos de que, quando se aprende a controlar o impulso de provar de tudo e colocar exageros no prato, tem-se a possibilidade de uma dieta variada e saudável, observando preceitos alimentares recomendados por nutricionistas e médicos, tais como evitar frituras e doces em excesso, preferir carnes grelhadas, carnes brancas e muita verdura e legumes – os mais enfatizados pelos *habitués*.

Configura-se, portanto, a mudança nos padrões motivacionais e nas faixas etárias daqueles que comem fora. Para alguns, praticidade aliada à necessidade, sobretudo quando se trabalha ou se estuda fora e não existe outra opção. Para outros, opção independente de necessidade, recusa em assumir a rotina do serviço de casa [...] *desagradável, atribuição só feminina, mal remunerada*, como define I. (Belo Horizonte), com a qual as mulheres que escolheram almoçar em restaurantes não se afinam, e que os homens não pretendem assumir como o fazem os *rainhas do lar*.

Em relação às prioridades observadas na escolha do local onde a refeição vai ser tomada, embora os pontos indicados sejam praticamente os mesmos, a ordem de importância a eles atribuída pode variar de acordo com a faixa etária. Para os de 60 anos e mais, em primeiro lugar vêm a comida leve, a higiene e a atenção dos donos e funcionários, sendo este último um elemento importante nessa idade, pois muitos têm no *self-service* um momento privilegiado de convivialidade, conforme apontaram tanto proprietários como entrevistados. Quanto à comida, as mulheres enfatizaram mais a variedade e a importância da beleza dos pratos, enquanto os homens destacaram a semelhança com o que comiam em casa, a “comida caseira”, pois, no dizer de Sr. D., de Uberlândia, *sofisticação não é para todo dia*.

A proximidade da residência não foi apontada como prioridade, embora, na prática, todos almoçassem em locais próximos à moradia ou ao trabalho. O preço também não foi destacado, já que consideraram não comer muito e, dessa forma, não gastar muito. Contudo, a maioria come em restaurantes cujos valores estão entre os mais baixos do quilo (entre R\$6,80 e R\$8,90), e um deles come no preço único, entre R\$2,50 e R\$3,50. Ocorre também que, em muitos restaurantes, há tarifas especiais para os diaristas, especialmente quando comem pouco.

A indicação de outros é observada, mas nem sempre é o elemento central na escolha do lugar, pois pode ser problemática, como afirmou uma das entrevistadas, visto que as diferenças de gostos são grandes. É comum que experimentem vários restaurantes antes de escolher aquele em que irão todos os dias, em 50% dos casos, devido à amizade com os donos. Alguns variam apenas nos finais de semana.

Uma característica que diferencia essa geração das outras é o horário de almoço, entre 11 h. e 12:30 h., no máximo. De acordo com os proprietários, nas três cidades, as pessoas mais idosas, com raras exceções, sempre vêm mais cedo. As famílias com filhos em idade escolar predominam entre 12 h. e 12:30 h., enquanto trabalhadores têm seu horário variando entre 11:30 h. e 14:30 horas.

Nas faixas de 40 e 50 anos, a comida caseira simples, “básica”, bem temperada, como arroz, feijão, uma carne, “mistura” e salada, *nada de exotismos*, foi a principal referência para a escolha do restaurante, mesmo quando o consumo efetivo consistia em grelhados e saladas. Valorizou-se também a variedade de verduras e de pratos não gordurosos.

A limpeza é o outro elemento muito citado, associada à aparência do local e da comida. Nada de lugares barulhentos, muito cheios e apertados. A qualidade e a confiança são

conceitos ligados a essas prioridades, como os de *comida quente e honesta* e de atenção dos donos, todos relacionados à fidelidade ao lugar.

Proximidade do local de trabalho ou moradia foi considerado um elemento que une o “útil ao agradável”, pois não há necessidade de deslocamento com carro ou outro veículo, e a facilidade de estacionamento foi destacada como importante fator. As famílias que priorizam estar reunidas no almoço escolhem um ponto central para todos e, dali mesmo, retomam suas atividades, como no caso de quatro famílias de Uberlândia, uma de Belo Horizonte e uma de Monte Carmelo.

O preço foi preocupação manifesta das famílias com filhos e, em geral, para os dias de semana, em contraposição ao final de semana, quando o gasto é maior. Alguns não olham muito esse fator, alegando que comem pouco. Somente dois dos entrevistados do sexo masculino afirmaram preferir lugares mais simples e mais baratos, como foi o caso de um taxista e do gerente de salão de beleza, que trabalha no centro de Belo Horizonte. Para esses dois, todavia, o argumento estava mais associado ao *comer à vontade, sem frescura*, do que ao preço propriamente dito.

A diferença de prioridades em relação aos finais de semana foi apontada por entrevistados desses dois grupos de idade (40 e 50 anos) não só quanto ao preço. Nesse período, as distâncias importam menos. Ao contrário, muitos fazem programas mais longe de casa, variando o local do dia-a-dia, mas, muitas vezes, permanecendo fiéis ao lugar escolhido para essa ocasião. É importante haver lugares que mantenham a variedade por mais tempo, pois alguns preferem dormir um pouco mais, ou fazer um programa pela manhã e almoçar mais tarde. Não são dias de pressa, e muitos reúnem famílias extensas nos restaurantes. Famílias com crianças até uns 12 anos e mesmo alguns dos solteiros, em Belo Horizonte e Uberlândia, preferem *clubs* ou *shoppings*, por associarem alimentação e lazer. Nesses dias,

proprietários foram unânimes em dizer que o maior movimento é de famílias, em todos os tipos de serviço, não só no quilo. Em muitos lugares, o movimento dobra em relação aos dias de semana, particularmente quando existem atrativos para crianças.

Se é fato que o movimento dobra nos finais de semana, pelo menos metade das pessoas entrevistadas das faixas de 40 e 50 anos prefere ficar em casa. Alguns vão para sítios da família, o que é muito comum em Belo Horizonte. O hábito de cozinhar para sair um pouco da rotina de comida de restaurante inverte claramente o costume de décadas anteriores, quando as famílias almoçavam em casa cotidianamente e iam aos restaurantes nos finais de semana, para dar folga às donas de casa, principalmente aos domingos, dia em que as empregadas usualmente não trabalham. Variava-se o trivial do dia-a-dia e, ao mesmo tempo, aproveitava-se o momento como atividade de lazer. Em nossos dados, esse costume foi relatado por apenas duas pessoas dessa geração, que abriram mão da preferência de ficar em casa para atender ao gosto de esposas e filhos.

Há aproximações nos elementos indicados como prioridades, relativos ao conceito de qualidade, para as pessoas entre 40 e 59 anos, acima descritas, e as de 30 a 39 anos. No entanto, uma característica marcante entre os entrevistados com idade abaixo de 39 anos é que, quanto mais novos, maior o destaque dado à aparência da comida e do ambiente, assim como à frequência do local escolhido. De modo especial, chama a atenção a ênfase dada a lugares abertos, sem cheiro de gordura ou cheiro de comida que fique impregnado; lugares “agradáveis”, sem barulho, vazios, “arrumadinhos”, limpos e bem estruturados. Mais do que as pessoas acima de 40 anos, essas faixas priorizaram os aspectos acima apontados, normalmente, referenciados pelas expressões recorrentes de “cara da comida” e “cara do lugar”. Uma entrevistada destacou a importância de variação dos cortes de verduras, das formas de prepará-las e colocá-las nas vasilhas, sobremaneira para os que são frequentes em

um mesmo lugar. No seu entender, os restaurantes ganham no peso e a aparência é importante para estimular o apetite. *Às vezes, a comida não está gostosa mas te envolve e você pega. Às vezes, ao olhar, já não se sente estimulada, mesmo que a comida esteja gostosa* (C., Uberlândia).

A comida caseira foi citada, mas o sabor foi o elemento ressaltado, a comida devendo ser *gostosa*. O preço é considerado, contudo, não é a prioridade número um para os de 30 a 39 anos, e é muito valorizado pelos menores de 29 anos. Estes últimos andam mais para comer, só comem perto do trabalho quando têm pouco tempo, enquanto os primeiros observam a proximidade do local de trabalho, sobretudo na capital, pois não querem perder tempo no trânsito e procurar estacionamento.

Pelo menos a metade dos entrevistados de 20 a 39 anos, principalmente os casados, almoça aos domingos nas próprias casas ou nas de parentes. Também nesses casos, o costume de ir para sítios da família é comum em Belo Horizonte. Quando vão a restaurantes, “fogem” de *self-services* por quilo. A outra metade, em que predominam os solteiros, alterna almoços em casa de parentes ou amigos com idas a *self-services*, só que não os mesmos de durante a semana. Para os solteiros que moram sozinhos, reunião de família só acontece nessas ocasiões.

O almoço de final de semana dos menores de 20 anos é comumente, com os pais. Passeios são muito comuns nessa idade, como ida a clubes e restaurantes afastados da cidade. No entanto, 3 dos entrevistados costumam ir freqüentemente a restaurantes, 2 deles em *self-services*, às vezes, variando, às vezes, permanecendo nos mesmos de durante a semana. Um deles, quando está com o pai, prefere uma churrascaria, ou um *buffet* de massas, procurando variar a rotina.

Apesar das diversas situações indicadas em relação aos finais de semana, destacamos um conceito muito presente na fala de proprietários pesquisados, segundo os quais há “fidelidade” dos *habitués*, tanto dos que só freqüentam os restaurantes nos finais de semana, quanto dos que vão nos dias de semana. Percebemos que, na sua grande maioria, os freqüentes do cotidiano são fiéis aos locais escolhidos, seja pela amizade com os donos, seja porque encontraram uma satisfação de suas exigências e prioridades. Alguns enjoam e variam por algum tempo, mas acabam voltando ao antigo local. Há muito poucos que variam durante a semana, geralmente à procura de pratos do dia de certos estabelecimentos, ou devido à própria característica de suas atividades, que exigem deslocamentos constantes. Nessas circunstâncias, as pessoas têm seus locais preferidos, mas a escolha pode ser determinada pela companhia que têm para o almoço, em especial, quando se trata de um cliente exigente, quando nem sempre é possível ir ao quilo ao qual se está habituado, mas procura-se um espaço mais sofisticado, como relatou um publicitário de Uberlândia. Em regra, mesmo os taxistas, que se deslocam o tempo todo, procuram almoçar sempre que possível nos mesmos lugares, aos quais estão habituados e nos quais têm confiança. Somente entre os menores de 29 anos, houve manifestações de uma minoria (umas 3 pessoas) que procura variar os lugares para não enjoar da comida, principalmente no centro da cidade de Belo Horizonte, onde as queixas sobre o gosto de uma comida “industrializada” foram mais freqüentes. Contudo, as variações citadas, não implicavam a exploração de novos lugares, mas a circulação numa mesma *mancha* da cidade, em um número limitado de restaurantes, como já observara Janine Collaço (2000, p.7) em sua pesquisa sobre o hábito de comer fora no centro de São Paulo⁷⁶.

⁷⁶ O conceito de manchas que ela utiliza foi retomado de Magnani (1996, p.40), para quem elas constituem formas de apropriação do espaço urbano, caracterizando-se por serem *áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam – cada qual com sua especificidade, competindo ou complementando – uma atividade ou prática dominante.*

Nos finais de semana, percebemos diferenças também em relação às cidades observadas. Em Monte Carmelo, as pessoas que almoçam nos restaurantes, não costumam variar, numa total “fidelidade”, embora haja outras opções, como as churrascarias. Somente duas pessoas afirmaram almoçar em casa, com as famílias. Nas outras duas cidades, à exceção das pessoas de 20 a 29 anos, que, na sua totalidade, afirmaram ficar em casa ou almoçar em lugares diferentes nesses dias, nos outros grupos de idade, nove pessoas permanecem fiéis aos mesmos restaurantes do dia-a-dia. Dona T., (Belo Horizonte), reclamou que só não vai aos domingos porque está fechado. K. (40, Belo Horizonte) prefere o restaurante ao qual está habituada a churrascos e outras reuniões de almoços aos domingos, pois assim escolhe o que vai comer, na hora que tiver vontade e com mais variedade. Os demais, quando não fazem programas caseiros, se mantêm fiéis aos restaurantes escolhidos para essa ocasião, mas variando em relação àqueles da rotina diária.

Espaços de uma nova cena familiar

Um ponto que chamou nossa atenção, muito destacado por proprietários e freqüentadores, foi a identificação dos restaurantes com o espaço da casa. Na maioria das entrevistas, eles aparecem como verdadeiras extensões da cozinha doméstica, num claro retrato da indefinição de limites entre os espaços e comportamentos públicos e da intimidade, como afirmamos anteriormente. Essa identificação é expressa, de maneira especial, em alguns pontos: o reconhecimento de uma comida caseira, considerada como semelhante àquela feita em casa; a forma como o espaço é reapropriado, com a demarcação de mesas e lugares; a escolha de ambientes que lembrem a “casa da avó”; e as relações estabelecidas com os donos e funcionários.

Muitos donos de estabelecimentos onde é mais acentuada a frequência de famílias enfatizam as falas de seus *habitués* relativas à comida como o diferencial de seus restaurantes. Para o proprietário de um restaurante no Bairro Floresta, em Belo Horizonte, as pessoas não deixariam de comer em casa se não fosse uma boa comida, parecida com a que elas próprias faziam ou comiam, e com bom preço. Essa questão será tratada detalhadamente no capítulo seguinte. No momento, reproduzimos a fala desse proprietário, esclarecedora em relação à prioridade que muitas pessoas atribuem a essa identificação simbólica, escolhendo lugares muitas vezes simples, sem instrumental e visual mais atraentes. Assim como foi expresso em relação à comida, a sofisticação do ambiente não é um elemento muito valorizado para o dia-a-dia. Os lugares mais simples que visitamos estão entre os mais citados nas entrevistas e são os que têm maior número de “fiéis”. De acordo com o referido proprietário:

Aqui é um restaurante que, quer dizer, o principal atributo que eu tenho aqui é a qualidade da minha refeição. Então, é, pra eles é, fora atendimento, é uma coisa familiar, é uma coisa assim que, inclusive identifica muito isso com o jeito que é a casa deles, com a, com o próprio estilo de vida deles, esse atendimento meu caseiro. Diferencia. Mas principalmente é a qualidade da comida dela ser caseira e aproximar muito da comida que as pessoas fazem em casa. Então isso assim, todo dia cê escuta falá isso, desde estudante até as pessoas mais velhas que almoçam aqui. “Parece a comida lá de casa, parece a comida da minha mãe”. A qualidade da comida é o grande atrativo [...] Se eu aumentar muito o preço, mesmo que talvez ela tenha condição de pagar mais, ela não vai pagar [...] Porque as pessoas meio que são assim, né? Cê só vai pagar alguma coisa tendo em vista o valor que cê recebe, quer dizer, eu tenho uma comida muito boa, as pessoas gostam muito da comida, mas eu não tenho um visual muito bonito, eu não tenho luxo aqui, eu não tenho [...] eu sei que faltam alguns atributos que eu possa tá agregando ao meu preço [...] Porque se você não fizer uma comida de qualidade cê não vai atrair esse público que quer sair de casa e deixar de comer a comida de casa (FH, Belo Horizonte).

Em relação ao preço, destacamos a observação acurada desse mesmo proprietário. Sua faixa de preço por quilo é das mais baratas, e ele oferece a opção de preço único, variando entre R\$2,50 e R\$3,50 dependendo da porção de carne. Segundo ele, as pessoas estabelecem um valor que estão dispostas a pagar pelas refeições. No seu caso, o valor que determinam é

mais baixo, não significando que a faixa de renda de seus freqüentes seja baixa, pois abrange desde estudantes e trabalhadores assalariados até famílias completas e gerentes de bancos e do comércio das redondezas. Por outro lado, os vales-refeição também podem atuar como condicionantes do valor a pagar⁷⁷.

Um outro elemento enfatizado foi a relação dos clientes habituais com proprietários. Alguns deles relataram a incumbência que pais de estudantes originários de outras cidades lhes outorgam, quando vêm instalar seus filhos, estabelecendo uma espécie de acordo, “entregando-lhes” o cuidado dos filhos, que irão almoçar lá diariamente, normalmente, como mensalistas. Esses proprietários passam a ser uma referência para esses pais, desempenhando o papel de apoio e acompanhamento dos filhos, substituindo vizinhos, parentes e domésticas - hoje trocadas por diaristas - de outros tempos. São comuns os relatos de vínculos de amizades criados nessas relações, como também acontece com as próprias famílias que moram nas cidades estudadas. Nesses casos, deixam-se recados, chaves, recebem-se telefonemas, solicita-se o prato predileto, o ovo e o bife fritos na hora, a sopinha para o doente, como se fosse a própria casa. Exemplar é o caso de Dona T., de Belo Horizonte, freguesa de 10 anos, para quem é feito macarrão todos os dias.

As “manias” de cada um são conhecidas dos funcionários e mesmo de alguns freqüentes mais observadores. Em Monte Carmelo, é lendário o caso do casal sexagenário que, no horário de almoço, tem não apenas a sua mesa, mas um cômodo da casa reservado, mantido a portas fechadas. No restaurante Comida Caseira, em Belo Horizonte, há mesas individuais e coletivas. Algumas pessoas aguardam desocupar o “seu lugar”, mesmo que haja

⁷⁷ No conjunto de clientes, não foi mencionado o uso de vale-refeição, mesmo porque muitos eram profissionais autônomos, patrões e famílias, enquanto somente 1/3 dos entrevistados pertencia à categoria de empregados, funcionários e gerentes que, em tese, poderiam recebê-lo. Na pesquisa de Diez Garcia (1997a), realizada no centro de São Paulo, no entanto, ele foi considerado como *importante determinante da escolha alimentar*, pois, nos dizeres da autora, *há períodos em que ele não cobre as despesas de uma refeição*.

espaço em outras mesas. Esse é um comportamento generalizado, segundo percebemos nos relatos. Um outro ponto notado foi que públicos diferentes acabam exercendo uma espécie de segregação espacial, como é visível no Restaurante Alho e Sal, em Belo Horizonte, onde os estudantes sempre se dirigem para o andar superior, enquanto famílias e trabalhadores da região preferem as mesas da calçada.

Embora tenha sido ponto destacado por todas as gerações de clientes, o ambiente, incluindo a arquitetura e a decoração, foi pouco citado por gerentes e donos. Em alguns casos, quando esse item significava o próprio motivo de atração, como o do restaurante Rancho Fundo, afastado da cidade, com ampla área verde e espaços diferenciados, ele foi naturalmente enfatizado. Em outros, como o da entrevista acima citada, a simplicidade foi salientada. Mas o relato de uma preocupação especial com a decoração só apareceu na fala de um casal de proprietários em Monte Carmelo, que manifestou o cuidado de contratar um profissional que tratou dos mínimos detalhes, de um espaço pequeno e simples, mas com as cores das paredes, as toalhas de mesa, louças e pistas de exposição do alimento minuciosamente planejadas. Nas pilastras do restaurante, foi utilizada a cor vermelha, “cor da fome”, para despertar o apetite. As toalhas em xadrez vermelho largo, além de jogarem com a cor, simbolizam um antigo costume para as mesas de refeição, numa feliz evocação de tradições do passado. Os talheres com partes em madeira ou plástico foram evitados, pois permitem o acúmulo de sujeira nas junções. Os pratos não devem ser pequenos, pois a maioria das pessoas costuma servir-se uma só vez, colocando frios e quentes ao mesmo tempo.

Entre os clientes, a preferência está associada à arquitetura próxima à de uma casa. Casarões antigos e casas que foram adaptadas são sempre destacados como lugares preferidos pelos entrevistados. Um ambiente dividido é valorizado, propiciando maior privacidade, a distância da fila e do movimento, uma refeição mais tranqüila. Ao contrário, salões mais

amplos, que permitem a visibilidade de todos desde a entrada, são considerados lugares frios, associados a bandejões de escolas, tanto no seu visual como no seu burburinho. O relato de uma entrevistada expressa bem esse sentimento de desconforto, manifesto por várias pessoas. O desagrado com a mudança de um restaurante do qual era *habituée*, que saiu de uma casa para um *imenso retângulo*, fez com que ela reduzisse sua frequência ao lugar, embora ele estivesse mais próximo ao seu apartamento.

É, eu não gostei não, parece um, aqueles filmes que têm aquele monte de menininho batendo no pratinho assim, que nem no Oliver. (risos) Sei lá, a gente fica exposto assim, né? Com um tanto de gente, aí começa a cumprimentar um tanto de gente, demora, uma fila quilométrica. Eu não tenho paciência pra fila, sabe? Ficar em fila pra comer eu acho um absurdo! [...] Eu acho uma aberração a gente ficar numa fila pra servir, num é nem pra ser servido! É pra servir! Ai eu não gostei muito de lá não. Preferia a outra casa. Dá menos impressão que a gente tá num restaurante, né? Acho que [...] o aconchego do lugar é... de certo culpa menos, né? Cê num tá na sua casa, tá numa outra casa. (risos) (A., Uberlândia).

O modo como as diferentes gerações encaram essa nova forma de sociabilidade sobressai nos relatos dos entrevistados, trazendo-nos duas surpresas. A primeira delas, relativa à adaptação dos mais velhos (acima de 60 anos) ao novo hábito, enfrentando o rompimento do costume arraigado durante toda uma vida, de ter na casa e nas refeições um centro definidor da vida social, lugar de convivialidade, expressão de gostos ao mesmo tempo que de hierarquias e *status*. O Sr. R., de Uberlândia, chamou a atenção para o fato de que hoje a mesa não é mais “sagrada”, como era há trinta, quarenta anos atrás, quando as pessoas se reuniam. As famílias diminuíram, as pessoas dispersam-se dentro da própria casa, em frente à TV ou ao computador.

Uma possível tensão ou desconforto em relação à mudança de ambiente só foi mencionada espontaneamente por 2 homens, dentre os 10 entrevistados dessa faixa etária. O Sr. D., de Uberlândia, considera que em casa há *maior liberdade* e que *não ter comida em*

casa afasta os filhos. Gostaria de voltar a comer em casa por uns tempos, mas acaba se resignando diante dos argumentos apresentados pela esposa, da vantagem financeira do *self-service* e da necessidade de retomar o provisionamento da despensa, tarefa masculina nessa faixa de idade. As mulheres não apresentaram queixas, o que parece “natural”, uma vez que buscar marmitas ou marmitex significaria louça suja e trabalho indesejável. No entanto, são elas as que mais reclamam de enjoar da comida, ao passo que os homens não citam esse item.

De acordo com Da. T., de Belo Horizonte, *a melhor invenção que já fizeram na vida é esse tal de self-service.* Lá ela entra *de qualquer jeito, não se arruma, nem nada, pensa que está em casa.*

Na verdade, esse sentir-se em casa, explícito com clareza nessa fala, permeia a grande maioria das entrevistas de todos dessa geração. Embora alguns dos idosos afirmem não travar amizades ou conversas com outros frequentadores, a atenção de donos e funcionários, o passeio, a distração que essa ocasião lhes propicia, momento privilegiado de convívio social, são importantes elementos que contribuíram para a adaptação. Entretanto, mesmo se sentindo em casa, as pessoas comem depressa demais, como foi observado por Da. M., de Uberlândia, e reforçado por R., de Belo Horizonte, e A., de Uberlândia. Para R., o *self-service é um lugar de passagem rápida.*

Outra surpresa foi a resistência em relação ao hábito cotidiano de comer fora manifesta pelos mais jovens, notadamente pelos menores de 20 e os solteiros na faixa entre 20 e 30 anos. Eles foram os que mais reclamaram, valorizando-o como momento de lazer, de distração, mas rejeitando-o como rotina. Falta da TV, do instante de descontração, de tirar os sapatos, ficar “à vontade”, escovar os dentes no próprio banheiro, comer sem pressa, queixas como as de cansar de sair e enjoar da comida levam muitos deles a preferirem ficar em casa, provocando a interrupção, pelo menos temporária, das idas diárias aos *self-services*, o

que inclui as famílias quando não moram sozinhos. Para I., de Uberlândia, *ninguém come na rua porque gosta, mas por necessidade*. D., de Uberlândia, contrasta a praticidade e a rapidez, importantes na correria diária, com o declínio do “bate-papo” e do aconchego da casa.

Na faixa dos 30 anos, também houve um maior número de pessoas que demonstrou mais descontentamento que satisfação com a opção de comer fora, embora seja reconhecido que os restaurantes por quilo e os *buffets* possibilitam uma melhoria no padrão alimentar, devido à maior variedade de opções. Para P., (Belo Horizonte), há uma perda do contato com a família, que envolve *comunhão, troca de idéias, emoção, não só matar a fome*. É assim que pensam também algumas mães com crianças menores de 10 anos, que reclamam da rapidez e da pressão do próprio sistema, que exige agilidade na rotatividade das mesas. Se, para os adultos, esse é um benefício, os filhos apressados acabam não comendo direito. Assim, os *self-services* não são vistos como lugares para *curtir família*, nem mesmo nos fins de semana, pois, como observa A., de Uberlândia, *a dança de proprietários em volta das mesas*, quando há filas de espera, acaba por transformar o almoço numa *tortura*, e não numa experiência agradável.

Nesta mesma faixa, de 20 a 30 anos, as filas e o ritmo extremamente rápido impresso pelo sistema dos restaurantes de comida por quilo levaram dois casais de *habitués* uberlandenses a procurarem alternativa, pois muitas variações foram surgindo a partir da ampliação do mercado dos que comem fora. Assim, optaram por um restaurante estabelecido no quintal do casal proprietário, com a comida servida no fogão, nas panelas, a preço fixo. Embora o cardápio seja mais simples e menos variado, foi valorizado o ambiente caseiro, reforçado pela presença da própria família almoçando junto, dando impressão de se estar “na casa da tia”. O atendimento especial que recebem, aliado à ausência de filas, esperas por mesas ou pressão para comer depressa, foi decisivo para a escolha do lugar.

Ressaltamos que a presença de outros membros da família dos donos é extremamente valorizada por todas as gerações, propiciando não só a idéia de um ambiente doméstico, mas também de segurança, simbolizada na expressão recorrente de que *se os filhos ou parentes estão comendo a mesma comida, então o local é seguro*.

As críticas mais veementes ao *self-service* e as maiores defesas da comida feita em casa vieram da geração dos 50, embora menos numerosas do que aquelas das gerações mais novas. Foram feitas por três pessoas que vivem sozinhas e que ressaltaram a ausência de convívio, do ritual à mesa, do ato social vivenciado entre amigos e familiares. E., de Uberlândia, compara-o a um bandeirão de colégio interno e considera-o uma espécie de *voyeurismo*, em que as pessoas se vêem, mas não há convívio. Ele fala em *dessacralização do cotidiano* expressa no fim dos rituais de reuniões de amigos e familiares à mesa, o que também é sentido por ML., de Belo Horizonte, e E. de Monte Carmelo. ML comenta que, antes, *a gente se sentava à mesa para almoçar com pessoas que nos eram "caras", dividir a mesa era como dividir a cama*. Ela se queixa de sentar-se num restaurante e comer com pessoas que não convidou, ou que não lhe são simpáticas.

Vindos de tradições de mesas bem postas, que reuniam amigos e familiares num ritual de *civilização*, com seus códigos de comida, bebida e diversão em conjunto, a fala dos três acaba por contrapor o ato social de um tempo referido à casa, lugar do sagrado, ao ato solitário do *self-service*. A fala de E. é exemplar nesse sentido.

Sempre tem um vidro, são os peep-shows [...] Você vê através do vidro e elas não te vêem. Para mim, self-service é um pouco isso. Você vai, vê as pessoas, elas te vêem, mas não é um convívio como o ritual de sentar à mesa juntos, uma turma de amigos que senta à mesa, bebem juntos, riem juntos. Sabe essa animação? Porque a comida é erótica, comida é Eros também, não é só uma vivência do ser humano, digamos, para transar. Eros é sentir o cheiro das coisas, o paladar, é sentar juntos, é beber juntos, rir juntos. Tudo isso é extremamente erótico, é vida! Eros é vida! Num self-service num tem essa vida, você está comendo lá porque você tem que comer, você tem que voltar pro seu trabalho, né? Você vê as mesmas pessoas ali, não faz amizade, né? É como se tivesse sempre um voyeurismo, você vê as pessoas, mas você não convive (E., Uberlândia)

Ao efetuarmos um balanço das opiniões sobre o novo hábito, contudo, veremos que as visões apresentadas acima, que enfatizam as críticas e a perda do aconchego, não são consensuais. Algumas das pioneiras, da geração de 40 e 50 anos, que, desde a abertura dos primeiros restaurantes por quilo, levaram suas famílias e filhos pequenos, têm uma visão bem mais positiva, apostando na possibilidade da educação alimentar, dos bons modos à mesa e da ausência de conflitos e discussões, evitadas em público. Para I., (Belo Horizonte), a mudança de hábitos possibilitou que seus filhos, hoje maiores de 18 anos, aprendessem a *administrar comida e dinheiro*.

Um outro item destacado por essas pioneiras, em contraposição à visão anteriormente exposta, é a possibilidade de restabelecer um ritual de encontro da família à mesa do almoço, que o *self-service* pode propiciar, contrastando com a dispersão de seus membros na casa, devida a diferentes horários ou à TV⁷⁸ e ao computador, como já apontara o Sr. R. O restaurante torna-se ponto de reunião em que os horários podem ser conciliados, devido à facilidade de deslocamento e à rapidez. As pessoas encontram-se nesses locais e depois vão para seus destinos, tendo ali um meio termo para que a família possa reunir-se, quando as distâncias em relação à casa são grandes ou implicam deslocamentos demorados. Esse encontro é orientado pela perspectiva de que *hora de almoço é sagrada*, ainda que não mais referida ao lar. Considera-se mesmo que o almoço possa ser mais tranquilo nos restaurantes do que em casa, onde há correria para sair, atrasos e enrolação dos filhos quando se aprontam para a escola, além de outras atividades acabarem absorvendo os membros da família, a exemplo das interrupções constantes das refeições e do contato por causa do telefone.

⁷⁸ No início da pesquisa, em 1998, o número de estabelecimentos com TV, em Belo Horizonte e Uberlândia, era inexpressivo. No último ano de observação, 2001, percebemos a introdução da TV em alguns restaurantes de

Pensado dessa perspectiva, para algumas entrevistadas, notadamente algumas mães de 40 a 59 anos, o *self-service* não representa um elemento desagregador de hábitos e da própria família; ao contrário, funciona como extensão da casa, *uma alegria para a família*, no dizer de I., de Belo Horizonte. Ou ainda, como definiu K., também de Belo Horizonte, uma de suas maiores defensoras, *um bem social*. Quando comparados os dois espaços, foram destacadas as semelhanças e vantagens, reforçando o sentimento de “estar em casa”, num “ambiente familiar”, cujas expressões máximas são a “comida caseira”, a própria arquitetura e decoração e o relacionamento com o *staff* e com outros frequentes⁷⁹, num contato que é estreitado no hábito diário de *almoçar junto, como uma família*, conforme expressou A., de Uberlândia. Ela observa, ainda, que a composição do público habitual também contribui para esse sentimento, pois onde vão mais famílias a sociabilidade é considerada mais intensa, mais abrangente, em contraste com frequentadores de escritórios, empresas, comércio, bancos e outros trabalhadores em geral, que se relacionam mais nos próprios grupos.

Aqueles que adotaram o hábito definitivamente e se tornaram ardorosos defensores dos *self-services* costumam levar visitas e hóspedes para os restaurantes. Além disso, quando viajam, procuram sempre esses estabelecimentos para suas refeições, destacando sua vantagem, principalmente quando estão em grupos, pois, como afirma MT., Belo Horizonte, *cada um paga o seu*, enquanto, numa conta dividida, sempre alguém paga pelo outro. Ela afirma também que esses lugares se tornaram *uma referência* para os que viajam.

Concordamos com seu ponto de vista. Carmen Rial (1991), em seu estudo sobre os *fast-food*, observou fato semelhante. As grandes cadeias, como MacDonald's e Bourger King,

Uberlândia, mas não houve tempo para análise do modo como as pessoas reagiram à novidade. Em relação à Belo Horizonte, não tivemos oportunidade de retornar aos locais pesquisados nesse último ano.

⁷⁹ Diez Garcia (1997a) também observou essa *busca da casa na rua* expressa nas representações sociais ligadas à comida, na necessidade de companhia de amigos, parentes ou colegas mais próximos, na frequência aos mesmos lugares, no ambiente tido como aconchegante e no relacionamento com os garçons.

entre outras, são lugares de referência para turistas, no mundo todo, porque ali se sabe como proceder, o que pedir, quanto se vai pagar. Verdadeiros *não lugares* propiciam segurança num universo estrangeiro. À moda local, os *self-services* desempenham um papel correlato no território nacional e onde quer que se possa encontrá-los, representando um sistema conhecido, que permite previsão de comportamentos e de custos.

“Os iguais e os diferentes”: diferenciação e hierarquia nos serviços

Um ponto muito comum nas entrevistas foi a comparação entre os antigos sistemas *à la carte*, prato feito e executivo, e os atuais, no estilo *fast-food*. Os atuais serviços são diferenciados e hierarquizados em *buffets*, *self-services*, associados ao quilo, e os de preço único, que, por serem baratos, são separados dos *buffets*, que também têm preço fixo. Entre os proprietários que responderam a roteiros semi-estruturados, essa comparação foi estimulada, mas apareceu de maneira espontânea em várias entrevistas centradas, como a maioria das realizadas com clientes.

Os donos de *self-services* por quilo mostraram-se satisfeitos com o sistema que adotaram. Alguns chegaram a trabalhar com serviço *à la carte* ou pratos do dia, considerando-os mais lentos, com capacidade para atender menor número de pessoas, necessitando maior número de funcionários, como os garçons, caracterizando-se pelas sobras e por atendimento a gostos pessoais que geralmente exigem maior atenção e provocam demora – *um bife sem cebolas, uma salada sem ovos etc.* Como afirmou um proprietário de Belo Horizonte, no antigo sistema servido à mesa, se a comida era feita para cem pessoas, atendia cem pessoas, enquanto no auto-serviço pode atender muito mais. Um outro pondera que, hoje, as sobras fazem parte dos custos do restaurante, ao passo que, antes, o cliente pagava por elas. Uma

terceira ponderação é que o serviço *à la carte*, além de mais demorado, é mais caro. O pessoal que trabalha e come fora dispõe de pouco tempo. Só mesmo executivos fazendo negócios e *classe média alta* preferem esses lugares que dependem do serviço de um garçom. Em muitos restaurantes, até o refrigerante faz parte do auto-serviço, e só há um funcionário para recolher a louça.

Um dos proprietários entrevistados em Uberlândia, antigo no ramo da restauração, faz distinção entre pessoas que se alimentam na cidade e pessoas da cidade. Observa que, nessa cidade, com a abertura do sistema por quilo, no final dos anos 1980, houve uma mudança do perfil do cliente dos restaurantes. Funcionários, bancários e trabalhadores do setor de serviços em geral tornaram-se freqüentes, ao passo que, anteriormente, durante a semana, o público era praticamente de viajantes e representantes comerciais vindos de outras cidades. No seu entender, esses últimos tiveram seu número reduzido devido a dois fatores: o aumento da comercialização por intermédio de grandes grupos atacadistas, com os quais há negociação direta, e a utilização de formas de comunicação baseadas em tecnologias mais avançadas, que, muitas vezes, dispensam a presença do representante.

Em síntese, a opinião é generalizada: mais variado, mais prático, mais rápido, mais barato e, na feliz expressão que emprestamos de um dos donos do Restaurante Portal, de Uberlândia, uma *boutique de comida*, com verdadeiras *vitrines*. Em Belo Horizonte, o *self-service* já dura mais de 15 anos, e alguns proprietários apostam que permanecerá. Em Uberlândia, a maioria dos restaurantes *à la carte* fechou. Além das churrascarias e das pizzarias, ficaram somente uns 3, mais caros, atendendo a um público de maior poder aquisitivo. A grande maioria é mesmo de *self-services*.

Em Monte Carmelo, os sistemas por quilo constituem a metade dos estabelecimentos, ao lado de churrascarias e pizzarias. Percebe-se ainda um grande movimento de pessoas de

fora da cidade, como caminhoneiros, vendedores e viajantes, mas com uma tendência de crescimento do público local nos restaurantes por quilo.

Entre os clientes, o Sr. R., de Uberlândia, considerou que PF, CAOL e prato do dia já eram formas de refeições rápidas, mas que o *self-service* foi decisivo para atrair mais pessoas, porque mudou elementos do sistema antigo, francês: alguns pratos tinham de ser divididos e o consumidor pagava as sobras. Essa divisão de pratos foi apontada como elemento de insatisfação por Dona F., de Belo Horizonte, que se referiu às queixas de muitas amigas cujos maridos escolhem o prato a ser dividido. Mesmo no caso dela, em que o marido não costuma impor sua escolha, um dos dois acaba tendo de aceitar a opção do outro, pois, pedir dois pratos fica caro. Para ela, *o self-service resolve isso*. Lembramos a visão de MT., de Belo Horizonte, acima reproduzida, para quem, resolve-se também problemas relativos à divisão da conta.

As metáforas mais críticas concentraram-se nos consumidores de 40 a 59 anos, como vimos: bandeirão de colégio ou de campo de concentração e *peep-shows*. Para ML, de Belo Horizonte, *o self-service é anti-higiênico, primitivo, lembra bichos no cocho*. M., também de Belo Horizonte, abandonou o sistema e voltou a procurar PF, em lugares como o Mercado Central, no centro da cidade. Sua avaliação é que, nesses lugares, chega uma certa hora em que a comida acaba, sendo menor a probabilidade de aproveitar sobras para o dia seguinte, como é característico nos restaurantes por quilo e de preço fixo. A esse respeito, P., de Belo Horizonte, tem opinião diferente. Avalia que a qualidade dos PF e pratos executivos caiu e que *o self-service é uma imposição no centro da cidade*, mas, nos dias em que almoça com a esposa, procura um restaurante *à la carte*.

Os dados apresentados por proprietários, em geral, indicam um aumento do público consumidor, durante o primeiro Plano Real, e uma queda, a partir do segundo Plano. Alguns

percebem uma ligeira retomada de antigos clientes, mas afirmam que há certa saturação no mercado, principalmente com a entrada do preço único no estilo R\$1,99. Na verdade, muitos de nossos entrevistados citaram haver resistência ao sistema de pesagem, por parte das pessoas com menores rendas, principalmente trabalhadores do sexo masculino, como caminhoneiros, operários da construção civil e outros, que costumam comer perto de 1 Kg. Um outro fator apontado pela dona de um estabelecimento, em que o valor da refeição é R\$3,50 por pessoa, é que muitos clientes não gostam de se servir, sendo necessário montarem o prato. Para atender a essas pessoas, já havia o marmitex, geralmente mais barato que o quilo. O novo formato ampliou a clientela de baixa renda e atraiu o que foi classificado como *classe média baixa*, constituída por operários, trabalhadores do comércio e de escritórios. No entanto, esse sistema traz de volta o problema das sobras no prato, minimizado quando se paga por quilo. Alguns proprietários colocam uma plaquinha, que chamou nossa atenção e foi motivo de reclamação por parte de alguns jovens que costumam ir a esses lugares atraídos pelo preço baixo: *as sobras deixadas no prato serão cobradas*.

Ainda que reconheçam as características peculiares desse tipo de restaurante, que atende a uma clientela específica, grande parte dos donos critica a comida servida nesses lugares, tendo como parâmetro a seleção e o preço dos produtos que eles próprios utilizam. No entender desses críticos, para vender comida a preço tão baixo, deve ser efetuada uma drástica redução de custos, em detrimento da qualidade. Alguns repudiam esses serviços, enquanto outros procuram adaptar-se, introduzindo o marmitex, para viagem, e uma opção de preço único, com conteúdo semelhante àquele: bastante arroz e feijão, um ou dois pedaços de carne e alguma “mistura”.

Aqueles que se acostumaram com os *buffets*, por sua vez, não se adaptaram ao sistema de pesagem. Dentre eles, os que chegaram a fazer experiências com balanças fizeram críticas,

preferindo o serviço à vontade, com preço único, que varia entre R\$7,00 e R\$18,00 por pessoa, durante os dias úteis, com aumentos nos finais de semana. Um de nossos entrevistados, gerente de um *buffet* em Uberlândia, fez questão de demarcar uma hierarquia em relação aos restaurantes por quilo, a começar pelo nome escolhido para identificar o serviço. Esse foi um ponto de unanimidade: todos consideraram o termo *self-service* muito associado ao quilo, uma expressão muito *batida*, como expressou outra gerente de Belo Horizonte. Outros pontos de distinção apontados foram a utilização de *réchauds*, em contraposição à chamada “pista quente” dos demais estabelecimentos, e a presença do garçom, servindo o cliente, às vezes, levando entradas à mesa, retirando os pratos, que são sempre trocados, respeitando o ritual de comer primeiro as entradas, as saladas, em seguida, os pratos quentes, terminando com frutas ou doces. No *self-service* por quilo, ao contrário, essa diacronia associada a um ritmo mais lento, com etapas da refeição bem demarcadas, é substituída por certa sincronia, que implica mistura de tudo num mesmo prato - saladas, pratos quentes e frutas -, consumido rapidamente e, normalmente não repetido. A clientela atraída pelo *buffet*, constituída por grande quantidade de homens de negócios, como nos foi relatado, geralmente tem renda mais elevada, porquanto este custa relativamente mais caro. Muitos dos informantes desses *buffets* eram gerentes ou *mâitres*, contratados por donos que nem sempre estão presentes, contrastando com a característica de empresa familiar dos serviços com balança.

Um dos entrevistados, que experimentou mudar de sistema de serviço, avaliou que a balança, quando introduzida, muda o cliente e força a queda de qualidade, pois a comida por quilo tem de ser mais barata. Ele mantém o *buffet* de comida *típica mineira*, tendo acrescentado a opção *light*, com grelhados e grande variedade de saladas, que sai mais barata e visa atender a clientela feminina que trabalha na região.

A busca de explicação para um menor número de famílias nos *buffets*, durante a semana, evoca uma série de fatores. O primeiro deles é o preço, significativamente mais alto para duas pessoas ou mais, ou mesmo para a maioria das mulheres, cuja média de consumo gira em torno de 400g. por refeição. Dessa forma, para o público feminino, a quantidade de comida é considerada exagerada. Esse mesmo público costuma classificar como “pesada” a comida *típica mineira*, servida em 5 dos 7 restaurantes dessa categoria, embora seja perceptível o esforço de proprietários para diminuir a gordura e torná-la mais leve, como está celebrizado na frase de Dona Lucinha e de tantas cozinheiras de renome em Minas: *comida mineira pesada é comida mal feita*. A gerente de um *buffet* no centro da cidade avalia que, nessa região, é menor o número de famílias moradoras, justificando, assim, o seu pequeno número no restaurante, que conta também com a possibilidade de pesar a comida. Além desses fatores, como já apontamos anteriormente, a própria forma como são pensadas e diferenciadas as refeições de rotina e de finais de semana ajuda-nos a entender porque a afluência a esses locais aumenta nos dias tradicionalmente dedicados ao descanso, lazer e comemorações.

Por outro lado, há que se avaliar elementos de diferenciação desses lugares, que atraem as famílias para o lazer de finais de semana. Vejamos o exemplo do restaurante Rancho Fundo, em Belo Horizonte, que possui parque infantil com monitoras, grande área verde e área para churrasco. O gerente desse estabelecimento nos afirmou que, durante a semana, o movimento de famílias é mínimo, em torno de 10% da frequência total, comumente de moradores de condomínios do Bairro Buritis, onde se localiza (que ele define como *classes A e B*), coincidindo com férias de empregadas ou período de férias escolares. No seu entender, o preço é um dos fatores que inibe uma presença maior desse público, pois o sistema predominante é o de preço único, com grande variedade de saladas, mesa de frios, carnes

grelhadas e comida *típica mineira*, incluindo sobremesas. Para empresas e congressos, eles têm a carteirinha de conveniado, que possibilita desconto na refeição e que é muito procurada por famílias que passam um período almoçando lá. São poucos os que procuram a balança, que funciona somente de terça a sexta feira, quando o preço por quilo também é mais elevado. Com capacidade para mais de mil lugares, ele considera que a pesagem inviabilizaria o serviço em dias de intenso movimento.

Dentre todas as características apontadas acima e as várias mudanças desencadeadas pelo aumento do número de refeições fora de casa, as que ocorreram nos hábitos alimentares merecem uma abordagem especial. Passamos a analisá-las, iniciando por uma retomada dos hábitos predominantes até a década de 1980, tomando como base dois estudos sobre cozinha mineira: o de Dutra (1991) e o nosso (1997).

CAPITULO IV

Capítulo IV

Reestruturação de hábitos e comportamentos alimentares

Vimos que o crescimento do público que almoça fora do lar, agregando famílias aos habituais trabalhadores e estudantes, é um fenômeno observado a partir do final da década de 1980. Até esse momento, predominavam as refeições feitas em casa, especialmente nas pequenas e médias cidades brasileiras, incluindo as mineiras. Dessa forma, os estudos desenvolvidos sobre os hábitos alimentares em Minas, nos anos que antecederam o *boom* do crescimento de *self-services*, enfatizavam o que se comia em casa. Atentos às mudanças que vinham se processando nesses hábitos, buscavam analisar relações entre tradições e inovações, ora observando como diferentes gerações lidavam com tais mudanças e relações (DUTRA, 1991), ora preocupados em perceber a importância da cozinha tradicional e *típica* como um dos pilares da identidade regional (ABDALA, 1997).

Tencionando perceber as mudanças de hábitos e comportamentos alimentares, lidaremos, portanto, com dois momentos. Um primeiro dizendo respeito predominantemente ao universo da casa e da alimentação nesse espaço, seguido pela análise das modificações na alimentação daquelas famílias que passaram a tomar refeições cotidianas em restaurantes. Não se trata, portanto, da comparação entre dois momentos de um mesmo espaço - a casa -, mas da percepção de que um outro espaço passou a ocupar o lugar dela, assumindo simbolicamente algumas de suas características, tornando-se sua extensão, como vimos nos capítulos anteriores.

“Feijão, angu e couve”

A análise de Rogéria Dutra possibilita uma visão detalhada de hábitos e comportamentos alimentares relativos ao mundo da casa mineira, desenvolvendo um atento olhar sobre o universo das camadas médias urbanas de Juiz de Fora, no final dos anos 1980. A atividade culinária que se desenrolava no espaço da casa é mostrada como *esfera particular* de transmissão de tradições e experiências de antepassados. O foco dessa análise permite visualizar uma dinâmica que envolvia permanências e mudanças de hábitos alimentares, em um grupo composto por três faixas etárias (em torno de 25, 50 e 70 anos), em que cada geração analisada demonstrou uma forma peculiar de relacionamento com inovações e tradições.

A culinária é definida, entre outros aspectos, como [...] *uma temática de sensibilização à rotina, ao mundo privado, oculto, em contraposição ao universo público* (DUTRA, 1991, p.24), e a economia doméstica apresentada como predominantemente feminina. Na faixa que compreende as pessoas mais velhas, as tarefas da cozinha, a estratégia de economia de gastos e o cardápio apareciam como atividades corriqueiras das mulheres, donas de casas e, em alguns casos, de suas empregadas domésticas. Os grupos mais jovens procuravam repensar *os papéis tradicionais* visando a relacionamentos com tendências mais *igualitárias*.

Os setores tidos como mais *antigos*, cujo *saber culinário* estava associado a um passado rural, demonstravam apego a sabores e combinações de alimentos *mais tradicionais* e característicos da casa. Para esses setores, ao contrário dos jovens, [...] *em casa a gente come melhor, e à vontade* (DUTRA, 1991, p.94). Os segmentos jovens valorizavam as técnicas modernas e tinham hábitos alimentares considerados mais *urbanos*, em contraposição à

tradição referenciada no universo rural, maior curiosidade quanto a sabores desconhecidos, maior hábito de comer fora e valorização de profusão de ingredientes e de aparato tecnológico, sobretudo nas refeições públicas e festivas.

Nas práticas culinárias capitaneadas pelas mulheres mais velhas, de acordo com Dutra, notava-se a presença mais freqüente da comida *mineira*, com preferência pelos alimentos cozidos, pela carne de porco, verduras refogadas e queijos com compotas – o que corrobora nossas observações sobre a culinária *típica* (ABDALA, 1997). Na faixa etária próxima aos 50 anos, foram observados alguns elementos da culinária regional, sem prevalência na forma de preparação (cru, cozido, assado, frito), combinados a versões modificadas pelo uso de ingredientes como maionese, creme de leite, conservas, e outros, devido ao gosto diversificado pela presença de diferentes gerações – famílias com filhos solteiros de ambos os sexos. Para os segmentos jovens, a comida *mineira* significava momento extraordinário, relacionado à lembrança da casa dos pais. A tradição culinária familiar não constituía a *matriz principal*, mas uma referência entre outras. Seu discurso enfatizava cuidados com o corpo, a busca de uma alimentação *leve e saudável*, em que frutas, saladas e sucos deviam ser consumidos em abundância, em oposição à comida dos *antigos* considerada *pesada*. Por outro lado, manifestavam preferência por refeições rápidas, do tipo lanches, *fast-food* e pizzas⁸⁰, em lugar das refeições tradicionais.

A valorização da profissionalização feminina, representada pelo *trabalhar fora*, fez com que a própria família desvalorizasse o trabalho doméstico, em especial o culinário, investindo na eliminação ou diminuição do tempo de preparo do alimento, seguindo uma tendência mundial de procura por alimentos congelados e pré-fabricados. Nesse caso, como naquela situação observada por Giard, na França, as mudanças sinalizariam uma *tendência*

⁸⁰ Embora esse tipo de alimentação também possa ser avaliado como “pesado”, a autora não explora esse fato.

moderna, e a escolha de um novo estilo de alimentação associada à superação das condições sociais e históricas nas quais hábitos alimentares tradicionais foram gerados. Como parte dessa tendência, a opção alimentar dos jovens estudados por Dutra caracterizar-se-ia pela afirmação da individualidade. Nos seus dizeres,

[...] seu hábito alimentar resultaria da escolha individual dentro de um campo de possibilidades. Para este setor, portador da ideologia individualista, a ênfase no processo decisório alimentar constitui-se uma forma de afirmação da individualidade [...] a definição do hábito alimentar como diferente, até oposto dos “antigos” representa a liberdade de opção, a utilização do livre arbítrio (DUTRA, 1991, p.132).

É importante ressaltar que o estudo sobre a cidade mineira levou a autora a concluir que o modelo *cozinha regional* estava presente na forma, mesmo quando distanciado do conteúdo das refeições. Esse aspecto foi observado, particularmente, no almoço de domingo, quando, mesmo havendo a introdução de pratos com maior variedade de ingredientes, como presunto, maionese, azeitonas, creme de leite e outros, que caracterizam uma culinária considerada *urbana*, se conservou o que *Christo* chamou de “*solicitude da boa mesa mineira*”, atuando como foco de sociabilidade e momento de reunião familiar (DUTRA, 1991, p.135).

Algumas observações feitas em nosso estudo sobre a cozinha e a construção da imagem do mineiro corroboram essa análise. Percebemos que, no cotidiano atual das casas mineiras, houve modificações nos padrões tradicionais da mesa, influenciadas por mudanças na sociabilidade, por interferência de regras dietéticas ditadas por discursos científicos ou *alternativos*, e pela ampliação do consumo, a partir da massificação da produção associada a

investimentos em *marketing*. Porém, o *típico* permanece como referência, em crônicas, ensaios e memórias, assim como está presente em ocasiões especiais, festas e reuniões de família. Em outras palavras, representa mais um *consumo idealizado*, que conforma uma identidade social e se manifesta especialmente em momentos festivos, do que um *consumo efetivamente realizado* no cotidiano.

Os discursos literários foram utilizados naquele trabalho como fonte privilegiada, que nos deu alguns indícios para a compreensão do papel central da cozinha *típica mineira*, no sentido de reforçar a idéia de unidade tão cara ao *mito da mineiridade*. Concluímos que a permanência de um modelo tradicional de alimentação como padrão de referência dizia respeito à unidade de um amplo grupo, o mineiro, capaz de desconsiderar diferenças internas e oposições sociais. Ainda que houvesse variações entre as sub-regiões e entre camadas médias e de baixa renda, havia o reconhecimento da referência a um mesmo *padrão idealizado* no que concerne à comida. Esse padrão reporta-se a alguns pratos que, considerados hoje como tradicionais e *típicos*, no seu período de origem e fixação, apontaram para uma relativa unidade e não para diferenciações nos hábitos alimentares. Milho, feijão, porco, galinha, mandioca e couve eram as culturas de quintal, partilhadas por senhores e escravos, nos tempos difíceis da mineração. O que diferenciava as mesas era a possibilidade de contar com importados, como vinhos, queijos, bacalhau, só acessíveis aos senhores.

No século XIX, não houve alterações significativas no cardápio básico. Feijão, angu, couve, galinha com arroz ou legumes, farinha e carne de porco representavam, ainda, de maneira geral, uma constante nas mesas. A relativa fartura das fazendas e as melhores condições de abastecimento nas cidades combinavam-se à rusticidade da vida, partilhada por proprietários e trabalhadores livres e escravos. Novamente, as diferenças ficavam por conta de alguns produtos importados, principalmente para os proprietários da Zona da Mata, e do

aparecimento mais constante do arroz e da carne de vaca, nas mesas mais abastadas. Além disso, maior disponibilidade de ingredientes deu origem à profusão de doces e quitandas⁸¹, sempre disponíveis para aqueles que chegavam de surpresa.

Atravessando séculos e gerações, alguns pratos acabaram consagrados como ícones no imaginário sobre Minas, chegando aos nossos dias, como o frango ao molho pardo, ou simplesmente frango ensopado, acompanhados de quiabo e angu, feijão tropeiro, lombo com tutu, leitoa a pururuca, vaca atolada (costela de vaca com mandioca), canjiquinha com costela, couve rasgada ou picada bem fina, lingüiça de lombo ou pernil com arroz e tutu, farinha de milho com feijão. Além desses, o pão de queijo, o doce de leite, o *queijo Minas*, e a famosa broa de fubá, “personagem” de um episódio na arena político-cultural nacional protagonizado pelo cartunista Ziraldo e pelo então Ministro Aluísio Pimenta, que ficou conhecido como o *ministro da broa de milho* ⁸².

Uma análise histórica dos cardápios mineiros até às primeiras décadas do século XX evidenciará que, à exceção de algumas frutas, os alimentos crus praticamente não aparecem em sua composição, porquanto a culinária mineira resultou de uma permanente elaboração dos alimentos, em processos lentos, longos e ritualizados, servindo a uma verdadeira *domesticação* da natureza com a qual os colonizadores europeus se depararam. O processo culinário, transformando a natureza em cultura, delineando preceitos que se expressavam em oposições binárias – quente/frio, forte/fraco, reimoso/sem reima -, representava simbolicamente a necessidade de ordenação do próprio universo social, diferenciando

⁸¹ De acordo com Lancellotti (1991), a expressão quitanda é derivada do quimbundo, dialeto aficano, significando tabuleiro em que se expõem mercadorias nas feiras livres. Na cozinha mineira, no entanto, corresponde a bolos, roscas, fatias, biscoitos, sequilhos, broas, sonhos e tudo mais que é servido com café, exceto o pão (CHRISTO, 1986).

⁸² O episódio da *Broa de milho* ocorreu em 1985, quando o cartunista mineiro Ziraldo, então presidente da FUNARTE, apresentou um projeto para gestão do órgão em que propunha centros de estudo da culinária brasileira justificados a partir da importância cultural do tempero e da broa de milho. O referido projeto foi encaminhado para o ministro que acabou ganhando o apelido.

civilizados e *selvagens*, demarcando diferentes raças e grupos sociais, diante do etnocêntrico olhar europeu.

A preferência por alimentos que tinham passado por um processo de cocção era evidente, devido não só à necessidade de seguir preceitos alimentares, como também ao hábito de manter estoques, herdado de tempos de carestia e cultivado como necessidade de estar sempre prevenido para as visitas inesperadas em tempos de fartura vividos nas fazendas.

As verduras eram sempre refogadas ou cozidas, as frutas predominavam em compotas. As carnes eram sempre fritas, assadas ou cozidas, muitas vezes, depois de terem sido salgadas ou defumadas. Os alimentos cozidos predominavam em relação aos assados, caracterizando um maior aproveitamento e uma forma de economia que percebemos no *mexido*, nas farofas, sopas e outros pratos que combinam alimentos, muitas vezes, aproveitando sobras, partes menos nobres de animais, culturas de quintal e até mesmo alimentos destinados aos animais, como é o caso da famosa canjiquinha com costela, feita com quirera de milho. O cozido, portanto, tem a conotação de alimento domesticado, ao mesmo tempo em que é adequado aos tempos de escassez de gêneros, pois tudo no alimento é aproveitado. O assado, por sua vez, é mais adequado às ocasiões especiais, não ao dia-a-dia, pois é acompanhado de perda do suco, é *aristocrata*, voltado para uma *exo-cuisine*, enquanto o outro é popular, íntimo, representa uma *endo-cuisine*, conforme bem demonstrara Lévi-Strauss (1968).

A presença de árabes e europeus, principalmente italianos, no início do século XX, incrementou a pauta da alimentação diária, com quibes, esfirras, macarrão e molho de tomate, brócolis, *ice-cream* e tipos variados de queijos, para lembrar alguns. O frango e a carne assada com tutu, dos domingos, receberam o macarrão ao sugo ou a lasanha como acompanhamento invariável. As verduras e legumes crus também foram sendo introduzidos, aos poucos.

A adaptação e a sintonia com o ritmo de nosso mundo contemporâneo influenciaram na permanência ou não desses hábitos. Nesse sentido, desde os anos 1980, percebemos uma relativa ausência do *típico* nas casas, ao mesmo tempo em que ele vinha sendo reforçado na rua, com a expansão dos restaurantes de comida *típica* – visível sobretudo na capital mineira, mas também fora de Minas, como é o caso da cadeia de restaurantes Dona Lucinha. Conforme mencionamos em nosso estudo anterior, essa década também foi marcada por investimentos do governo, nomeando um grupo para divulgar a culinária como parte da cultura e identidade do mineiro. A atividade desse grupo expressou-se em publicações e na promoção de festivais, cursos e feiras, com o objetivo de destacar a comida considerada tradicional e *típica*.

Em Belo Horizonte, antes de 1980, quem pensava em abrir um restaurante imaginava pratos como filé *a parmegiana* ou *a Chateaubriand*⁸³, ao passo que restaurantes servindo *comida típica* apareceram em Uberlândia somente a partir de meados dos anos 1990. Nessa década, os pratos *típicos mineiros* estiveram presentes em restaurantes variados, não só nos especializados. Como referência identitária associada a uma forma de sociabilidade característica da casa, o *típico* e o *caseiro* são elementos atrativos para as famílias e, particularmente, para os idosos, que reencontram traços de sua tradição alimentar nesses espaços. Como pudemos notar, nas várias gerações, é comum ouvirmos entrevistados que justificam a escolha de um restaurante pela presença da *comidinha caseira* à qual estavam habituados. Isso ocorre até mesmo nos casos em que o consumo efetivo envolve opções diferentes. Um exemplo claro foi o depoimento de R., de Belo Horizonte, consumidora de grelhados, saladas e frutas, que afirmou ter escolhido determinado lugar para refeições diárias

⁸³ Conforme entrevista de Edgar Mello ao Jornal *Hoje em Dia* (Belo Horizonte, 5/10/97, p.23), *A Petisqueira do Galo foi um resgate*. O estabelecimento servia petiscos considerados *típicos* mineiros como mandioca frita, linguiça frita, torresmo, pururuca, pão de queijo etc...

devido à *qualidade e à comida caseira: feijão vermelhinho, arroz soltinho, frango ao molho pardo, angu, chuchu verdinho, torresmo e canjiquinha com costela, couve, rabada.*

Vejam os que comem nossos entrevistados das diferentes gerações e que preceitos orientam suas escolhas.

Feijoada, sushi e spaghetti

O fato que mais chama a atenção quando se observa um prato servido num restaurante *self-service*, é a mistura que muitas pessoas fazem, atendendo ao apelo visual e ao desejo de comer o que comumente não é comido em casa. Assim, vemos pessoas que colocam mais de um tipo de carne, misturam salada de maionese com feijoada e sushi, e uma infinidade de combinações inusitadas e originais quebrando os padrões da chamada comida caseira, que combina arroz, feijão, uma carne, salada e “mistura”, consistindo de legumes, verduras ou, em alguns casos, pratos feitos com esses ingredientes, como tortas e suflês.

Na prática, no entanto, esse comportamento pode não ser a regra. *Restaurateurs* e clientes estabelecem diferenciações no consumo por faixa etária, sexo, renda, dias de semana e fins de semana, verão e inverno. Na fala das famílias entrevistadas, percebe-se que o encanto exercido pela fantástica exposição à enorme variedade aparece como deslumbre de iniciantes. Como relata P., de Belo Horizonte, *nos primeiros dias é bom, é novidade, a gente come só o que a mãe não te dá em casa, fritura, batata frita, mas depois enjoa.* Com o passar do tempo, é destacada a necessidade de certa disciplina, que se faz sentir tanto pela questão financeira, quanto pela tentativa de re-estabelecimento de padrões costumeiros que sempre orientaram o consumo alimentar, embora mudanças sejam inevitáveis devido à permanente variedade de alimentos.

De maneira geral, carnes, massas - como o macarrão e a lasanha -, arroz e feijão e frituras, como batata, banana da terra, pastelzinho, foram indicados pelos que estão à frente dos restaurantes, como os pratos mais consumidos durante a semana. É interessante notar que muitos pratos considerados especiais, antes restritos aos finais de semana e feriados, hoje continuam limitados a esses dias somente naqueles serviços com preços fixos ou de menor valor do quilo. Na maioria dos restaurantes observados, *lasanha, rondelli, canelone*, tortas de frango, de legumes, arroz de forno, estrogonofe, salada de maionese, entre outros, fazem parte do dia-a-dia. Em muitos, há churrasco todos os dias e, em menor quantidade, os assados como lombo, pernil, leitão, peixe e os frutos do mar, mais comuns aos domingos.

Na avaliação dos proprietários de ambos os sexos, a preferência das pessoas idosas é por frangos ao molho ou filés de frango grelhados, verdura cozida, massas, carne de panela e carne moída. Uma proprietária de Uberlândia destaca o grande consumo de legumes, raízes e verduras mais “antigos”, como o inhame, o cará, o chuchu, a couve e a batata doce. Os mais jovens e as crianças são apontados como consumidores de massas e frituras variadas, às vezes, um pedaço de carne, de preferência filé de frango à milanesa. As mulheres, em geral, preferem grelhados com saladas, com predominância de filés de peixe e frango e pequena quantidade de arroz e feijão, que pode ser substituída por um pouco de massa ou batata. No consumo dos trabalhadores do sexo masculino, notadamente os de menores rendas, prevalecem as carnes vermelhas, arroz, feijão e massas, frituras, como carnes, batatas, bananas e quase nada de verduras e legumes.

A mistura de frutas variadas no prato de comida foi adotada por todas as gerações. Para o paladar de muitos habitantes do Estado de Minas, a presença da banana, acompanhando a comida “de sal”, e da laranja, junto com a feijoada, é costume antigo, herdado do tempo em que os escravos mal tinham para comer um angu sem sal com laranja

ou banana. Assados de porco com abacaxi e melão com presunto, como entrada, também eram combinações conhecidas. Contudo, mangas, melões, melancias, mamões, kiwis, morangos, e quantas frutas da época houver, perdem o *status* de sobremesas para se misturarem ao arroz com feijão e ao que mais estiver no prato.

Pratos do dia, como feijoada, bacalhoadada, leitoa assada, frango ao molho pardo, peixes variados e massas especiais, costumam ser muito procurados. Todavia, alguns proprietários ressaltaram o fato de que sofisticções não são aceitas por alguns consumidores de rotina, confirmando manifestações de preferência por comidas caseiras e simples, por parte de muitos clientes, como veremos.

Nos restaurantes de comida *típica mineira*, a maioria deles atuando com serviços de *buffet* e contando com grande variedade de frios e saladas, os pratos mais procurados são aqueles tidos como emblemáticos, a exemplo do frango ao molho pardo, frango com quiabo, canjiquinha com costela, rabada, feijão tropeiro, leitoa, tutu, torresmo, dentre outros. Esse fato repete-se nos de comida “étnica”, como chineses e árabes, que, geralmente, misturam aos pratos *típicos* os de comida nacional. O público prefere *yaksoba* e frango xadrez dos primeiros, e charutos, esfirras e quibes dos segundos.

Uma diferença de consumo em relação às estações do ano também foi relatada. As saladas e as frutas sobressaem no verão, provocando atenção especial e ampliação na variedade das comidas mais leves, enquanto, no inverno, aumenta o consumo de pratos quentes.

Nos finais de semana, os restaurantes costumam preparar alguns pratos especiais, com ingredientes mais caros, e a maioria deles aumenta o valor do quilo. São dias de carnes assadas, massas recheadas, peixes e mesmo frutos do mar, em alguns casos. Naqueles que servem comida variada, domingo é dia das comidas regionais e étnicas, com pratos *típicos*

baianos, mineiros, chineses, árabes etc. Os doces também são mais caprichados, contando com maior variedade. Nesses dias, aumenta a média de peso por pessoa e, como afirmou um proprietário de Uberlândia, *as pessoas não têm dó de gastar*, comem mais, compram mais sorvetes e sobremesas em geral, tomam mais refrigerantes e cervejas, pouco consumidas na rotina diária.

A comida costumeira do domingo em casa também não pode faltar, como relatou um proprietário de Monte Carmelo. No início, ele conta que procurou variar os pratos dominicais, com assados e massas especiais, evitando repetir o cardápio dos dias de semana. Acabou sendo questionado pelos clientes assíduos sobre a ausência do frango ao molho e da macarronada, que, definitivamente, não podem faltar nesse dia.

A inclusão definitiva do frango com macarronada no cardápio ilustra bem um procedimento corriqueiro nos vários restaurantes analisados, que consiste no atendimento de sugestões e pedidos de pratos por parte dos clientes. A composição dos cardápios acaba sendo influenciada por essas demandas, sendo que algumas são incorporadas e outras são elaboradas esporadicamente atendendo a solicitações, como os citados frango acompanhado de guarirova e angu, em Uberlândia, ou a peixada sem leite de coco para uma *habituée* de Belo Horizonte.

Notam-se, no entanto, diferenças nas três cidades no que se refere à comida considerada *típica mineira*. Um dos proprietários entrevistados, que teve restaurantes *típicos* em Belo Horizonte e Uberlândia, observou que, nesta última cidade, o consumo dessa comida por parte da população local fica mais restrito aos finais de semana. No dia-a-dia, os fregueses são, geralmente, pessoas de fora - profissionais liberais, executivos, negociantes ou turistas -, que procuram por esse tipo de comida. Uma outra observação refere-se aos pratos que são identificados como *típicos* nas duas cidades. Rabada com agrião, canjiquinha com costela e pratos feitos com pequi, muito comuns na capital mineira - inclusive nos dias de semana, em

locais variados -, em Uberlândia, foram introduzidos aos poucos, pois não foram bem aceitos pelo fato de não serem muito conhecidos. Em Monte Carmelo, não há restaurante nessa categoria.

Nos *self-services* em geral, a comida *típica* é mais presente nos cardápios da capital, quando comparados aos de Uberlândia e Monte Carmelo. Nas duas cidades maiores, percebe-se uma característica comum, que é a de servir tal comida em dias determinados. No entanto, há pratos como a galinhada (arroz com galinha) e a guarirova (palmito amargo), muito comuns na região do Triângulo Mineiro, que são presenças constantes no dia-a-dia da maioria dos restaurantes uberlandenses observados, o mesmo ocorrendo com o frango ao molho, em Monte Carmelo. Nas três cidades, os pratos mais citados foram o tutu, o feijão tropeiro e o torresmo, seguidos de frango ao molho pardo, angu, vaca atolada, costela frita, lingüiça de porco, lombo, pernil e frango assados, farofas com ovos e com miúdos, mais constantes nos finais de semana.

Dos trinta e quatro restaurantes observados, somente $\frac{1}{4}$ abre à noite, três mantêm o *buffet* e apenas um deles, em Monte Carmelo, mantêm o serviço com balança. Os demais servem porções ou *à la carte*. Alguns chegaram a abrir por uns tempos, mas consideraram que não valeu a pena. O motivo? Concluíram que as pessoas não cultivam mais o hábito de jantar e que os gastos para manter um “boteco” servindo porções e bebidas não compensavam. Por outro lado, um entrevistado de Belo Horizonte, que mantêm o serviço *à la carte*, refere-se à dificuldade devida à resistência de muitos cozinheiros em trabalhar nesse sistema, acomodados que estão com a padronização e maior rapidez das cozinhas dos auto-serviços.

Grande parte das observações feitas pelos donos e gerentes dos *self-services* em relação à comida, como em outros aspectos, é confirmada pelas entrevistas com os

freqüentadores, denotando um olhar atento ao cotidiano de seus estabelecimentos, que nos possibilitou uma verdadeira etnografia desses espaços. As diferenciações acima descritas, graças à visão daqueles que estão à frente dos restaurantes, ganham em riqueza de detalhes quando observadas pela ótica das diferentes gerações de *habitués*.

Entre as famílias com idade acima de 60 anos, percebe-se uma unanimidade no fato de que passaram a comer mais verduras e legumes, mais carnes brancas e grelhadas, devido à maior variedade e disponibilidade desses pratos. Apenas 6,5% das pessoas ouvidas (3 mulheres e 1 homem) explicitaram a influência de discursos médicos nas dietas que adotam. Dona A., de Uberlândia, sempre acompanha programas de TV e artigos de revistas sobre alimentação e saúde, demonstrando preocupação especial com essa questão pelo fato de ser diabética. Mesmo os que não declararam esse tipo de influência, procuram comidas mais leves, mais verduras e legumes, evitando carnes vermelhas, gorduras e comidas oleosas, assim como doces à sobremesa. O frango predomina nos relatos desse grupo, de preferência cozido ou grelhado.

De modo geral, a maioria evita frituras, embora alguns não resistam ao pastelzinho e ao bolinho de arroz, enquanto outros vêm com desconfiança esses bolinhos, assim como todo arroz misturado, que pode ser sobra do dia anterior. A verdura crua apareceu como restrição para duas senhoras. Uma delas por desconfiança quanto ao asseio no preparo, a outra *porque é mineira e por isso gosta de verdura quente com arroz* (Da. M., Uberlândia).

Dona A., de Uberlândia, contrasta as comidas “do seu tempo” com as muitas novidades que vão sendo incorporadas com a freqüência aos restaurantes. Relata que, nas casas, eram mais comuns as carnes de porco e de galinha, criadas no quintal, o quiabo, o chuchu, a couve, a abóbora, a mandioca, o cará, o inhame, a alface e a serralha, comidas tidas

como *mais simples*. Hoje, temos o brócoles, a couve-flor, a beterraba, a couve-de-Bruxelas, antes desconhecidas para grande parte das pessoas.

Para quem come sempre no restaurante, a refeição rotineira não varia muito em relação à do fim de semana. A maioria procura mesmo por pratos mais leves e prefere as comidas “de seu tempo”, embora tenha incorporado algumas novidades. Contudo, de acordo com Dona M., de Uberlândia, aos domingos, é servida uma comida *mais forte*, como acontece em casa: lasanha, macarronada, menos verduras cozidas, mais saladas. Assim, a possibilidade de variação no cardápio fica por conta do próprio lugar onde se almoça. Quando o domingo é no sítio, como para Dona F., de Belo Horizonte, é costume fazer churrasco, lingüiça e lombo, que *não fazem tão bem à saúde*.

A influência de discursos médicos foi menos citada pela geração de 50 anos do que pelas de 40 e de mais de 60. E., de Uberlândia, afirmou ter parado de jantar por recomendação médica, enquanto E., de Belo Horizonte, deixou de comer carne de porco pelo mesmo motivo. De modo geral, há concordância quanto ao fato de que *é preciso disciplina* e que, como lembra R., de Belo Horizonte, ao mesmo tempo que é possível optar por uma alimentação saudável, há possibilidade de fazer misturas não adequadas à saúde.

A comida do dia-a-dia mencionada pela maioria desse grupo de “cinquentões” é definida como *caseira* ou *básica*: arroz, feijão, carne, verdura cozida, massa. A carne branca, de preferência grelhada, é a campeã das escolhas, embora haja os que não comam carne. Nem todos comem salada, seja por medo de falta de uma adequada higiene das verduras cruas, seja por não as apreciarem.

O fim de semana é momento indicado para uma comida diferenciada. Três famílias, uma em cada cidade observada, costumam ir regularmente para seus sítios, onde procuram

utilizar produtos da horta e galinha caipira, fazendo comidas classificadas como simples, mas de preferência preparadas em fogão a lenha.

Outras entrevistadas também fazem questão de ficar em casa, como E., de Belo Horizonte, que prefere fazer a comida, mesmo que seja uma lingüiça de frango com angu. ML, também de Belo Horizonte, aproveita para elaborar pratos “mais complicados”, fazendo questão de escolher e preparar os ingredientes, como uma carne de sol especial ou um frango ao molho pardo, cujo sangue ela mesma tira. Ela comenta que sempre gostou de receber amigos e familiares nessas ocasiões, procurando manter essas reuniões ao menos uma vez por mês. Atribui o declínio do hábito da reunião, antes muito comum, à queda do poder aquisitivo, associada ao fato de que hoje as pessoas não fazem mais nada em casa.

Na família de R., de Belo Horizonte, domingo é dia do marido preparar um corte nobre de carne, acompanhado de arroz e salada. Eventualmente, a família completa, incluindo namoradas, vai para o mesmo restaurante onde ela almoça com os filhos durante a semana. O casal, quando sozinho, prefere um *à la carte* mais sofisticado.

Nas faixas de 40 e 30 anos, a variedade de verduras volta a ser destacada como um *grande benefício*, sendo maior o consumo de saladas, legumes e grelhados. Muitos aproveitam a variedade, para evitar arroz, feijão, massas e comidas mais oleosas, sendo grande a atenção dada à estética por parte das mulheres. A preferência por comida *caseira* é enfatizada em oposição à mais sofisticada, deixada para o final de semana. Procuram fugir da cozinha *típica mineira* à base de carne de porco, torresmos e lingüiça, orientando-se por questões relativas a regras dietéticas ditadas pelos discursos médicos, que, inúmeras vezes, são divulgados pela *mídia*. Somente G., de Belo Horizonte, afirmou gostar desse tipo de comida considerada *mais pesada*, gordurosa, com carnes e frituras, contrastando com sua

esposa, que, segundo ele, as evita *por vaidade*. No entanto, ele próprio considerou que seus hábitos alimentares não lhe fazem bem.

Quanto às saladas cruas, M., de Belo Horizonte, e R., de Monte Carmelo, demonstraram apreensão em relação à higienização e à procedência das verduras. Para o primeiro, um agrônomo que lida diariamente com o problema e vive viajando, a solução foi evitá-las, quando não tem certeza sobre esses dois itens. Para R., morando no interior e trabalhando na vigilância sanitária, a questão é menos complicada, pois é possível um maior controle.

Uma outra preocupação, com o frescor dos pratos, foi destacada por LH., de Uberlândia, que procura lugares onde a renovação seja permanente, em oposição àqueles onde os alimentos ficam muito tempo sendo “requeitados”.

Em relação à mudança de hábitos, todos reconhecem a possibilidade de melhorar a qualidade da alimentação e a facilidade para fazer dietas, quando se aprende a controlar e escolher os alimentos mais saudáveis. Como observou K., de Belo Horizonte, em casa, as pessoas comem mais carboidratos e bem menos variedades de verduras, além de repetirem a comida, o que acaba não ocorrendo quando se pesa o prato.

Numa comparação da refeição feita em casa com a do restaurante, muitos consideraram que a primeira é mais saborosa e que não enjoa. Alguns mencionaram o sentimento de saudades de alguns hábitos como comer rapa de arroz, mexido⁸⁴, ovo frito (avaliado como oleoso nos restaurantes) e até o bife à milanesa que, segundo A., de Uberlândia, só é passado na farinha e não no ovo e na farinha, como manda a receita.

⁸⁴ Prato feito com sobras de arroz, feijão, carne, legumes e verduras misturadas. É comum acrescentar-se ovo, farinha e pimenta. Nas casas, geralmente, são feitos no jantar, com o que restou do almoço. Alguns restaurantes costumam servir mexidos, mas muitos entrevistados evitam-nos pelo fato de serem associados às sobras do dia anterior.

Quando o almoço de domingo é no restaurante, o local escolhido “dita” o menu. Em casa, as opções mais citadas foram o churrasco, o grande campeão, as massas, inclusive pizza, salada de maionese, ou algum prato especial para um amigo ou visita, como feijoada e frango com quiabo. Opções típicas de fim de semana, tidas como *mais gordas*. Para C., de Belo Horizonte, comer uma simples salada em casa é preferível a ir ao *self-service*, quando não há algum convite.

As informações relativas aos grupos de 20 anos e menores aparecem tanto nos relatos dos entrevistados dessas faixas de idade, quanto nos das outras faixas, de 30 a 50 anos, nos comentários feitos em relação às escolhas e preferências dos filhos que acompanham os pais nos almoços diários. Percebe-se visível predominância no consumo de massas e frituras, como bifes, pastéis e outros salgados e, principalmente, batatas, como já haviam apontado os *restaurateurs*. Para a maioria dos solteiros menores de 20 anos, saladas, verduras e legumes, em geral, são comidos por pura obrigação, pelo esforço diante do reconhecimento de que são necessários. Essa aparente tentativa de disciplina, relatada por pais e jovens, combina-se à diminuição espontânea no consumo de carnes, por parte de alguns, e ao consumo maior de refrigerantes do que nas outras faixas. Assim, não comendo carnes, sobretudo as vermelhas, ou comendo-as em menor quantidade, com poucas verduras e legumes - que pelo menos duas pessoas afirmaram *não suportar* -, a alimentação dessa faixa aparece como a mais desestruturada e menos influenciada por regras dietéticas relativas à saúde, embora haja grande preocupação com a estética. Em suma, a maioria dos jovens e crianças alimenta-se de massas, arroz, feijão, frituras e refrigerantes. Se o problema é não engordar, come-se menos e escolhem-se produtos *light* e *diet*.

Na fala dos pais com filhos menores de 12 anos, o restaurante oferece condições ideais para uma educação alimentar, propiciada pela grande variedade de opções que apresenta. Na

prática, entretanto, alguns confessam obrigar os filhos a colocarem verduras e legumes no prato, já que a escolha deles recai sobre o que é mais atrativo. A., de Uberlândia, considera que os filhos comem maior quantidade no *self-service* porque há maior número de variedades que lhes agradam, mas, em casa, comem mais verduras e legumes justamente porque há menos opções. Assim, procura alternar períodos tomando refeições fora e no próprio domicílio.

Casados e solteiros entre 20 e 29 anos comem mais verduras e legumes do que os mais jovens, mas também entre eles alguns alegaram não as apreciar, dividindo-se entre os que procuram a *comida caseira* e aqueles que priorizam os lugares com maior variedade de saladas. R., de Belo Horizonte, pondera que se alimenta melhor no *self-service*, come mais saladas, escolhe o que quer e *monta melhor o cardápio* do que em casa, onde os alimentos acabam se perdendo.

Nessas faixas, concentra-se grande parte das queixas daqueles que enfatizam a correria do auto-serviço, um lugar onde não há tempo para apreciar o alimento. Mas há os que defendem esse ritmo, como R., de Belo Horizonte, que afirma *não gostar de enrolar* no horário de almoço e avalia que come bem em 20 minutos. Q., de Belo Horizonte, observa que, apesar da correria, prefere o restaurante, pois o tempo de preparo do almoço é o *tempo de uma aula*.

Curiosamente, os *shopping centers*, apreciados para os momentos de lazer, foram alvos de críticas dos que precisam comer cotidianamente nesses locais. Há reclamações sobre o gosto da comida, classificada como *industrializada*, o cheiro das praças de alimentação, que afirmam impregnar roupas e cabelos, e a predominância de sanduíches e lanches rápidos em relação às opções por pratos de *comida verdadeira*, retomando uma oposição entre aquilo que alimenta e o que *engana o estômago*, como já havíamos tratado em outro momento.

Como já mencionado, os finais de semana dos mais jovens e solteiros dão-se em companhia dos pais, nos clubes ou nos restaurantes. A variação da comida fica sujeita ao lugar onde se almoça. Os pais de filhos menores de 12 anos afirmam que eles comem sempre as mesmas batatas fritas com arroz, feijão, massas e algum pedaço de carne, não variando nem aos domingos. Já na geração de 20 anos, somente um jovem reclamou de almoçar fora com os pais nesses dias, pois ele já é *habitué* durante a semana. Os demais curtem mesmo uma reunião em família, nos sítios ou na cidade, optando por ficar em casa ou escolhendo restaurantes diferentes, com *comida mineira* ou sofisticada, sempre *mais pesada* que as habituais: os churrascos, assados, comida síria, pizzas e feijoadas foram os mais citados.

Miojo e Cia.

Uma vez que o almoço das famílias passou a ser feito fora, uma questão despertou nossa atenção: como ficam os jantares dessas pessoas? As primeiras entrevistas que realizamos com proprietários e proprietárias já delineavam a hipótese, por parte deles, de que *hoje quase ninguém mais janta*. No entanto, em nossas leituras, deparávamos com alguns estudiosos que continuam apostando que, no Brasil, a exemplo de outros países, como os europeus, o jantar permanece como a principal refeição do dia, agregando os membros da família que se dispersam o dia todo em suas respectivas atividades. Evidentemente, não temos um estudo geral da população, como os que são realizados em outros países, que comprove uma ou outra hipótese como tendência cultural dominante. Porém, nas três cidades observadas, entre aquelas famílias que comem fora, a percepção de um declínio do hábito foi confirmada pelos depoimentos da maioria dos freqüentadores, contrastando com as recentes análises sobre o jantar em outros países.

Citando apenas algumas de nossas fontes, Giard (1997) deixa clara a importância dessa refeição noturna para as famílias francesas que estuda, assim como Warde e Martens (2000), em relação aos ingleses. Nossos próprios informantes de outros países, como G., no Canadá, reforçam a existência desse hábito de preparar algo para comer em casa, à noite, seja para uma pessoa sozinha, para a família ou entre amigos.

O caso inglês, descrito por Warde & Martens (2000), é particularmente interessante quando comparado ao nosso, mostrando claramente as diferenças existentes entre as concepções do comer fora e do jantar, para o público analisado pelos autores e para os nossos entrevistados das cidades mineiras. *Eating out*, no entendimento comum dos ingleses entrevistados, é tido como ocasião especial, que não se deve repetir muito amiúde, enquanto o jantar em casa, com a família, é ocorrência freqüente na maioria dos lares estudados.

Comer em casa está associado ao jantar e à idéia de *proper meal* e comer fora, aos momentos de comemoração e lazer. O que se come em cada ocasião, onde, com quem, com que freqüência é concebido de forma diferente conforme mostra a tabela *understandings of eating out and eating in*¹.

¹ Table 5.3 understandings of eating out and eating (WARDE & MARTENS, 2000, p.103)

	<i>eating out</i>	<i>eating in</i>
<i>How often?</i>	<i>Infrequently; weekly, montly or less often</i>	<i>regularly; daily</i>
<i>Where?</i>	<i>away from 'home'; in a significant commercial venue</i>	<i>around the domestic dinner table</i>
<i>What to eat?</i>	<i>meal, but large quantities, 'good quality' food, food wich is different from the everyday, many courses</i>	<i>meal, but everiday food</i>
<i>What circumstances?</i>	<i>special occasions, like Birthdays, weddings</i>	<i>everyday, weekdays</i>
<i>When?</i>	<i>(anniversaries), christenings, Christmas and weekends</i>	
<i>How it should be done</i>	<i>being served and cooked for; mannered rituals including time, dress, menu</i>	<i>cooked and served by women for husbands and children; mannered rituals</i>
<i>With whom</i>	<i>acquaintances, not strangers</i>	<i>immediate family members</i>

A respeito do costume de comer diariamente em casa, ao menos uma vez por dia, os autores afirmam que ele é freqüente para a maioria dos lares pesquisados:

In the vast majority of households surveyed (82 per cent), a main meal was cooked every day. There are, then, for most households frequent opportunities for members to eat together at least once a day. Let us concentrate here on the evening meal, which is now the main meal for most people of working age and is the one at which family members will eat together most often (WARDE & MARTENS, 2000, p.106-107).

Em relação às conseqüências do comer fora na Inglaterra, os autores concluem que há uma tendência crescente para que a maioria dos ingleses tenha o hábito de tomar sua principal refeição fora de casa em uma *occasional basis*, mas essa não é ainda uma atividade freqüente e continua sendo vista como ocasião especial. No momento em que a pesquisa foi efetivada, segunda metade dos anos 1990, aproximadamente um quarto da proporção dos gastos por domicílio estava comprometida com comida consumida fora de casa. O jantar fora por satisfação própria é cada vez mais incorporado como importante atividade de lazer que atinge um público mais amplo, comparado ao crescimento do número de refeições por razões de conveniência, mais baratas e apressadas, em que é freqüente a presença de companheiros e companheiras e de parentes. O *take-away* foi uma opção considerada melhor, entre os participantes da pesquisa, do que comer fora, no sentido de ganhar tempo, economizar dinheiro e exigir menos ritual do que cozinhando em casa ou comendo em um lugar público (WARDE & MARTENS, 2000, p.225). Além do mais, os autores consideram que não há evidências suficientes de que o restaurante tenha tido efeito significativo nas relações de gênero ligadas à preparação da comida. Do ponto de vista deles, o que de fato ocorre é que o restaurante introduz expectativas relativas à qualidade e

variedade das comidas, que acabam por *onerar* a carga das tarefas domésticas. O meio mais provável de reduzi-las é recorrer a comidas pré-preparadas.

Comer fora frequentemente, em bases comerciais, está associado, positivamente, a uma renda por domicílio alta, a um maior nível de educação, ao fato de ser jovem e sozinho e, negativamente, à condição de dona de casa (WARDE & MARTENS, 2000, p.226).

Finalmente, os autores concluem que a prática de comer fora constitui uma *rica fonte de convivialidade e cooperação* num mundo em que os lares são caracterizados por famílias pequenas, instáveis e descontentes com divisões de trabalho tradicionais.

Overall, the practice of eating out provides a context for sociability and the maintenance of social networks of close relationships. In a world of geographic mobility, small households, smaller and unstable families, discontent with traditional divisions of labour, eating out is a rich source not of incivility, as Filkestein maintained, but of conviviality and co-operation (WARDE & MARTENS, 2000, p.227).

Entre nossos entrevistados, percebemos que os idosos praticamente não jantam mais, tomam lanches mais leves, *uma opção mais prática*, na interpretação de Dona A., de Uberlândia, confirmada na fala de todos de sua geração. Os lanches, na maioria dos casos, são frutas, leite, quitandas, bolachas de água e sal, coalhada e café. Somente Dona F., de Belo Horizonte, citou massas, sanduíches, maionese, omelete ou mexido, quando tem alguma sobra de almoço, a exemplo dos finais de semana no sítio.

O congelado e a marmita ou marmitex não foram opções utilizadas pela maioria. Somente duas pessoas afirmaram usar alguma dessas opções, como Dona G., de Monte Carmelo, que pegava marmitex no local onde tinha sido o restaurante de seu genro, que fora vendido. No momento, voltara a almoçar no novo *self-service* que o genro e a filha abriram. Quando morava em Belo Horizonte, o Sr. R. comprava as “quentinhas”, considerando mais

difícil locomover-se com a esposa doente. Nos finais de semana e, às vezes, no jantar, alternava com pratos prontos congelados. Morando agora em Uberlândia, passaram a frequentar o restaurante próximo ao apartamento e a comer fora com a família aos domingos. Não jantam mais.

Na geração de 50 anos, as situações relativas à refeição noturna são mais variadas. Pelo menos cinco, praticamente a metade, nunca jantam, só lancham. Duas mulheres levam marmiteix para o jantar de maridos e filhos, mas elas próprias não jantam mais. Outras duas alternam lanches com jantares que consistem em sopas, massas, ou uma carne grelhada com salada. O mexido foi citado por duas pessoas, que costumam fazê-lo quando têm sobra de comida em casa. ML, de Belo Horizonte, é enfática: *detesta lanche* e sempre faz seu jantar, mesmo que seja simples como um ovo, uma omelete, uma carne moída, massas e sopas no frio.

Somente duas famílias recorrem aos pratos congelados para o jantar. Uma delas costuma comprá-los prontos, enquanto MT., de Belo Horizonte, alterna os adquiridos em supermercados com aqueles que ela própria faz em casa. Houve um período em que contratou uma pessoa para preparar os congelados e deixá-los armazenados em grandes quantidades para serem utilizados nas refeições cotidianas, inclusive almoços.

A marmita foi opção inicial de três famílias antes de existir *self-service*. Uma delas, de Uberlândia, chegou a frequentar restaurantes de hotéis e pensões e passou a comer no sistema por quilo, quando foi inaugurado.

Entre os “quarentões”, percebemos a mesma tendência de substituir a refeição noturna pelo lanche, manifesta pela maioria dos entrevistados. Poucas pessoas mantêm o jantar e fazem questão de cultivar o hábito, como L., de Belo Horizonte, A. e E., de Uberlândia, cujo marido é médico endocrinologista e segue rigorosamente prescrições alimentares dentro de

um padrão dietético que considera recomendável, combinando grãos, cereais, proteínas animais, legumes e verduras. Nesse caso, aqueles que preferirem lanches deverão manter as combinações tidas como ideais, associando pães com verduras, legumes e proteínas. Entre os três, somente L. afirmou comer uma refeição preparada em casa, pela esposa, com *comida mineira, como arroz, feijão, carne, salada, jiló*. As duas mulheres levam alguma coisa do restaurante e complementam com algo em casa.

G., de Belo Horizonte, alterna jantar e lanche, mas faz sua própria comida, quando tem vontade. Costuma deixar feijão cozido, arroz pré-cozido e vai utilizando-os aos poucos, complementando com uma carne ou lingüiça frita, um angu de fubá, uma verdura. A esposa nem sempre o acompanha, pois prefere lanche.

Os lanches dessa faixa etária são mais reforçados devido à presença de crianças e adolescentes. A pizza é uma opção frequentemente utilizada, assim como outras massas, sanduíches, comumente de presunto e queijo e, principalmente, o “miojo”. Salgados, hambúrgueres e salsichas também foram citados. Há os que preferem o pão integral, sanduíches naturais, sucos e massas *light*. No frio, caldos e sopas.

O hábito de comer fora foi manifesto pelos pais com filhos adolescentes e pelos jovens, que costumam sair com maior regularidade para um lanche ou uma pizza. Um dos entrevistados do sexo masculino afirmou sempre jantar fora com a esposa, nos finais de semana.

A respeito dos congelados, seis pessoas declararam não os apreciar ou utilizar, enquanto uma mulher casada, com filhos, afirmou recorrer constantemente a eles. Uma outra mulher, também casada e com filhos, cozinhava e congelava a própria comida antes de começar a almoçar no restaurante, mas, no momento da entrevista, não tinha mais esse hábito.

A maioria dos componentes desse grupo nunca pegou marmitas e muitos disseram não gostar dessa opção. Houve pelo menos quatro relatos de tentativas de utilizar esse serviço, mas todos preferiram comer no próprio restaurante. V., de Monte Carmelo, buscava no *self-service* quando os horários não coincidiam, enquanto C., de Belo Horizonte, levava para os filhos, em casa, as refeições fornecidas, no próprio trabalho, por uma empresa. Outras duas chegaram a carregar de casa para o trabalho, quando não havia tantas opções de comidas rápidas.

Na faixa etária de 30 anos, o costume dos lanches repete-se para a maioria. Mesmo F., de Belo Horizonte, com filhos pequenos, conta que o lanche em sua casa é para todos. Grande parte deles consta de pão, queijo, leite e embutidos ou frios. M., de Belo Horizonte, e LH., de Uberlândia, solteiros, procuram fazer uma refeição completa por dia. Nesses casos, o lanche pode ser substituído por um jantar num restaurante *à la carte*, ou variações de massas em casa, ou ainda, na capital, levado de uma *rotisserie* de supermercado.

Dois casais sem filhos jantam, ocasionalmente. T., de Uberlândia, que é vegetariano, às vezes, come um ovo com salada e arroz. P., de Belo Horizonte, que ainda estuda e por isso recorre aos lanches, casualmente come uma massa com a esposa. C., de Uberlândia, afirma que o casal não janta, mas leva um marmitex para o filho menor, aproveitando a oportunidade para fazê-lo comer verduras.

Somente três pessoas afirmam ter recorrido a pratos e salgados congelados, sendo que LH. não os utiliza mais, pois não gostou, *achou o sabor muito artificial*. As marmitas, por sua vez, não são apreciadas. C. queixa-se da sobra constante de arroz e prefere buscar, escolhendo o que quer, quando não é possível ir ao restaurante. M., de Belo Horizonte, quando não pode sair do trabalho, também prefere o marmitex servido na hora do que levar marmita da comida

que faz pela manhã, em casa. Esclarece que a marmita dá impressão de comida *dormida*, que ela não gosta.

No grupo mais jovem, constituído pelos menores de 29 anos, praticamente não se janta mais durante a semana. Os solteiros, quando querem jantar, empregam muito os pratos congelados como os da Sadia, Perdigão, salgados e pizzas, mas a regra é um lanche bem variado. O “miojo” está muito presente nos relatos, com predominância clara daqueles que moram em Monte Carmelo. Um de nossos entrevistados de Belo Horizonte, menor de 20 anos, chegou a citar um *site* da internet no qual há trocas de receitas com variações em torno do famoso *lámen*. Somente B., de Uberlândia, tem o costume de jantar sempre com o pai. Comem muito congelado, compram comida ou jantam fora. Eventualmente, a mãe faz algum prato em casa, mas ela própria não janta.

Entre os casados, jantar também não é regra. As sopas, arroz com ovo e saladas e também os congelados são utilizados nessas ocasiões. Um costume muito comum é a presença dos homens na cozinha, pois são eles os principais adeptos da refeição noturna.

Uma de nossas entrevistadas, quando não está estudando, costuma jantar na casa dos pais, e muitas pessoas desse grupo etário relataram o costume de jantar fora nos finais de semana.

Comparativamente, em todas as faixas etárias, as mulheres jantam cada vez menos, ao passo que se torna cada vez mais comum a presença de homens na cozinha, preparando o próprio jantar.

Em relação a marmitas e ao marmitex, quem experimentou não gostou. Houve muitas queixas quanto às sobras, ao cheiro e às folhas de saladas cruas que ficam *cozidas* no transporte. Nessa, como nas outras gerações, outras opções são abandonadas ou rejeitadas quando comparadas aos *self-services*.

“Visão de dentro” versus “visão de fora”

Quando fazemos um balanço das posições de nossos entrevistados, um ponto especial chama nossa atenção. Trata-se do flagrante contraste entre o que chamaremos, emprestando os termos à Antropologia, de *visão de dentro*, dos que participam da rotina diária dos restaurantes, e a *visão de fora*, daqueles que se posicionam como seus analistas ou críticos, como os profissionais da área de saúde e dos meios de comunicação.

As notícias veiculadas pela *mídia* impressa, radiofônica e televisiva, sobre o crescimento do consumo de refeições fora de casa, em estabelecimentos com serviços por quilo e similares, destacam as misturas inusitadas nos pratos, a indisciplina alimentar relacionada ao aumento de peso e problemas de saúde como colesterol, diabetes e outros. São produzidos documentários especiais alertando sobre os perigos da alimentação fora do lar, o problema da falta de higiene adequada no manuseio dos alimentos, a questão do reaproveitamento de sobras, os perigos da exposição demorada de certos alimentos, trazendo conseqüentes deteriorações e, o que é mais gritante, o desperdício diário de toneladas de alimentos, que, diariamente, são jogados fora no Brasil.

Nas discussões de origem acadêmica, sobretudo aquelas relativas à área de nutrição e saúde, destacamos o debate que gira em torno das questões: o poder de discursos que atuam como *mediadores simbólicos* de práticas alimentares, a exemplo do estético (DIEZ-GARCIA, 1997), do médico e do ecológico (LIFSCHITZ, 1997), ou a preocupação centrada nas mudanças na dieta de brasileiros, considerando-se o *padrão ideal* para uma alimentação equilibrada (ABREU, 2000).

De acordo com Lifschitz (1997), foi a partir da década de 1970 que emergiu uma *dietética médica, racional e científica*, com múltiplos regimes terapêuticos orientados para

uma preocupação com a forma corporal, voltando-se da carência para os excessos alimentares.

Emerge um poder legitimado e legitimador para filtrar, classificar e valorizar os alimentos segundo um ideal estético. Assim, a medicina começa a ocupar um espaço de certa forma alheio ao seu domínio sobre o fisiológico e o anatômico: o da estética corporal (LIFSCHITZ, 1997, p.77)

Nos anos 1980, a saúde constitui *um novo campo semântico* que ocupa a cena alimentar, e o discurso médico passa a concentrar-se em mecanismos variados pelos quais a alimentação pode provocar distúrbios e patologias, tais como diabetes, hipertensão, doenças cardiovasculares etc. *Da estética externa [...] o olhar volta-se para a estética interna (artérias, vasos, canais), dando origem a algo assim como uma obsessão endodérmica (LIFSCHITZ, 1997, p.77).* Essa forma de *obsessão* é acompanhada por outras duas formas, a *bacteriológica e a analítica*, expressas respectivamente por embalagens assépticas e roupas brancas de funcionários, e por uma atenção à origem, composição e ingredientes dos produtos, manifesta na preocupação com o detalhamento de rótulos, tratados como se fossem bulas (LIFSCHITZ, 1997, p.77).

Nesse contexto, de acordo com observações de Diez-Garcia (1997b), relativas às representações sociais da alimentação vinculadas à saúde, as gorduras e o colesterol são tidos como *os principais vilões da alimentação prejudicial à saúde*, enquanto comer mais frutas e vegetais é visto como uma *prática alimentar "saudável"*. A moderação e a restrição são valorizadas atendendo à submissão do prazer de comer ao padrão de beleza de uma sociedade, que Fischler chamou de *lipofóbica*, já que impõe um corpo juvenil e esbelto (DIEZ-GARCIA, 1997b, p.64).

O discurso ecológico, por sua vez, opõe a cultura industrial à natureza, valorizando vegetais em detrimento dos animais e dos produtos industrializados que transformam matérias primas em espécies não perecíveis. No entender de Lifschitz (1997), embora esse discurso esteja voltado a uma dimensão ética, de preservação e defesa da natureza, a alimentação natural a ele associada está muito ligada a espaços de circulação feminina e juvenil onde se cultiva a “*cultura do corpo*”, representada pela série “*natural-feminino-leveza-estética*”, que se opõe ao pólo “*carne-masculinidade-força-virilidade*” (LIFSCHITZ, 1997, p.80-81).

Atualmente, esses discursos são muito veiculados pela *mídia* e atuam como importantes fontes de informação, influenciando, em parte, o comportamento alimentar de homens e mulheres de várias gerações, ainda que nem sempre sejam os principais responsáveis pelas escolhas que se efetivam na prática, como têm mostrado as pesquisas que trabalham mediante entrevistas com as pessoas que comem fora, incluindo a nossa. Voltaremos a essa questão.

A detalhada análise que Edeli Simioni de Abreu (2000) efetua, referente à avaliação do padrão alimentar em uma determinada região da cidade de São Paulo, é um bom exemplo do contraste entre os olhares dos que freqüentam e dos que analisam os restaurantes por quilo, assim como dos elementos que influenciam efetivamente na conformação de hábitos.

Em geral, o cliente desses estabelecimentos de auto-serviço declara que a variedade de opções é uma das maiores qualidades desses locais, pois cada um pode escolher aquilo que gosta. Abreu, contudo, atesta que os pratos montados no cotidiano nem sempre atendem às necessidades nutricionais básicas que variam com idade, sexo, peso, altura e atividade física. Além disso, a própria escolha é determinada pelo restaurante, cujo cardápio é um instrumento gerencial e de venda, importante para a rentabilidade da empresa, uma vez que seu planejamento possibilita a previsão de custos. Assim, é formulada uma estratégia para a

seqüência e montagem dos balcões de comida, visando influenciar a escolha de alimentos no sentido de obter maior lucratividade, que termina por *desbalancear a composição nutricional da dieta* (ABREU, 2000, p.17-19).

De acordo com a observação de Abreu, os legumes não são muito apreciados, embora alguns não sobrem, como brócoles, couve-flor e jardineiras de legumes. Os pratos mais requisitados são massas, carnes, maioneses e preparações com creme de leite. Há, portanto, uma tendência à escolha exagerada de proteínas e gorduras, provenientes principalmente de carnes, e negligência com outros nutrientes importantes como vitaminas, fibras e minerais. Os carboidratos, como arroz e feijão, que são muito consumidos em casa, e são relativamente baratos, nos restaurantes, são menos colocados, já que seu preço se equipara aos de outros alimentos considerados mais caros e que tendem a agradar mais ao paladar.

Para Abreu (2000, p.48, 52) [...] *o indivíduo compra a melhor relação custo/benefício, e, essa mentalidade, o leva a escolher alimentos mais caros, com menor peso e com maior grau de saciedade. Além desse fator, ela lembra que as pessoas comem alimentos e não nutrientes, e a escolha é condicionada ao paladar.*

Um balanço dos pratos consumidos em almoços, nos restaurantes observados, possibilitou a constatação de alta concentração energética, consumo de lipídeos, que ultrapassa o limite máximo recomendado, consumo de proteínas, que supre toda a necessidade diária, enquanto os valores de carboidratos estão abaixo das recomendações de organizações de saúde. A menor contribuição de carboidratos tem sido compensada por um aumento no consumo de gorduras, o que provoca desequilíbrio na dieta. O alto valor energético associa-se, dessa forma, a um alto consumo de gorduras, que pode desencadear o desenvolvimento de patologias, tornando-se fator de risco.

O estabelecimento de um *prato controle*, montado com os alimentos disponíveis nos próprios restaurantes analisados, foi tomado como padrão de referência para a dieta equilibrada em nutrientes⁸⁶. O seu peso, no entanto, tornou o custo mais elevado do que a média consumida pelos fregueses, impondo limitação para o seu consumo nos restaurantes, enquanto em casa sairia oito vezes mais barato (ABREU, 2000, p.48).

A autora do estudo conclui que:

A adequação às recomendações revelou tratar-se de uma alimentação muito aquém do que pode ser considerado saudável e equilibrado, excetuando-se o teor de fibras. Ressalta-se mais uma vez, a alta densidade energética e a elevada quantidade de gorduras. [...]

O custo do “prato controle”, quando comparado ao custo dos alimentos e preparações consumidos, torna-se inviável, ou seja, o consumidor teria que aumentar consideravelmente seu orçamento para conseguir uma dieta equilibrada, uma vez que o “prato controle” pesa cerca de 50% a mais que o consumo individual estimado (ABREU, 2000, p.64).

Todos esses pontos e questões apontados são, sem dúvidas, de grande importância para a discussão de um hábito que cresce cada vez mais nas cidades brasileiras, merecendo atenção especial como tema de saúde pública. Não é sem motivos que aumenta o número de pesquisas nessa área, preocupadas com a análise do comer fora. Contudo, como profissionais que têm por ofício a compreensão da alteridade, expressa em códigos próprios dos grupos estudados, numa tentativa de *relativização*, perguntamo-nos o que pensam aqueles que

⁸⁶ Quadro 5: Alimentos que constituem o “prato controle” (ABREU,2000, p.34)

	PREPARAÇÃO
Prato básico	Arroz
	Feijão
	Pão francês
Prato principal	Bife de carne bovina grelhado
Guarnição	Legumes mistos
Salada	Alface e tomate
Sobremesa	Salada de frutas com granola
Bebida	Água

freqüentam diariamente os *self-services* a respeito dessas questões? E, por que não, o que pensam os donos desses estabelecimentos?

Chamou nossa atenção o fato de que a citação de problemas relativos à higiene foi bastante recorrente na fala daqueles que respondem pelos restaurantes, enquanto, nos relatos de clientes, poucas vezes, essa questão apareceu sem ter sido estimulada. Para nossa surpresa, muitas vezes, quando questionamos os depoentes a esse respeito, ouvíamos uma resposta cujo teor era a confiança nos locais escolhidos, pois, se fossem ficar “vendo coisas”, não comeriam. Uns procuravam conhecer as cozinhas, outros se informavam sobre o tratamento dado às verduras cruas, enquanto alguns afirmavam pesar pontos negativos e positivos, pois, nos seus dizeres, *lugar perfeito não existe*.

Desse modo, embora a higiene tenha sido destacada nas prioridades da maioria das pessoas de todas as gerações, um olhar aprofundado sobre os relatos demonstra que essa não era uma preocupação que motivasse qualquer tipo de medo ou desconfiança de *habitués* em relação aos locais escolhidos para as refeições de rotina. Via de regra, as pessoas olham o asseio dos locais e da comida e não voltam se alguma coisa não lhes fizer bem ou se souberem de reclamações de algum conhecido. As preocupações mais constantes são com o cuidado relativo às verduras cruas e ao aproveitamento de sobras. Muitos de nossos entrevistados disseram evitar bolinhos fritos, arroz misturado, saladas com verduras cozidas que tenham feito parte do cardápio do dia anterior, por medo de estarem comendo comida dormida, que não tenha sido adequadamente acondicionada. A maionese também foi motivo de restrição por parte de muitos freqüentadores; no entanto, não preocupou os fiéis assíduos de um mesmo estabelecimento que, normalmente, confiavam de maneira irrestrita no local escolhido. Como expressou S., de Belo Horizonte, o *arroz já te vi*, aquele que sobrou de

véspera e foi misturado com carnes, ou se transformou num arroz de forno, é um de seus pratos preferidos, no restaurante onde almoça todos os dias há mais de dois anos.

M., P. e ML, de Belo Horizonte, ao lado de E., de Uberlândia, foram os que mais expressaram suas preocupações a respeito de cuidados com os alimentos, tendo abdicado do hábito de comer saladas cruas na rua. E. relata ter tido vários problemas de distúrbios gástricos e ameba, desde que passou a almoçar fora. Para M., que é agrônomo, não importa o preço pago, há sempre falta de higiene: um prato sujo, molhado, engordurado, talheres sujos nas junções de madeira e plástico, o mesmo garçom pega o dinheiro, pega o seu prato, serve algo à mesa. Um outro problema, ele considera serem as sobras, pois, no seu entender, seria inconcebível pensar que os restaurantes as descartariam sempre: farofa, mexidão, embutidos, arroz temperado ou colorido, tudo é aproveitado. Além disso, a procedência de verduras e legumes é motivo de inquietação, também manifesta por R., da Vigilância Sanitária de Monte Carmelo.

Sobre a questão do dinheiro, alguns fazem “vistas grossas”, lembrando que muitos deixam troco na própria mesa do restaurante.

Para algumas mulheres, ao contrário, o medo advém da falta de confiança e de higiene da empregada, muitas vezes despreparada. Um de nossos entrevistados, antigo proprietário de *self-service*, também manifestou esse tipo de apreensão. A esse respeito, foram citados vários detalhes como panelas de leite ou café, que também são usadas para cozinhar carne, colher levada à boca e de volta à panela, verduras, legumes e grãos mal lavados, e uma série de relatos de espécies de “vinganças” de cozinheiras, algumas divulgadas na imprensa, como pitadas de veneno na comida, saliva propositadamente jogada etc.

O aproveitamento de antigas cozinheiras domésticas, mão de obra não qualificada, em cozinhas profissionais é apontado por uma entrevistada como responsável pela qualidade

instável de alguns restaurantes: excesso ou falta de tempero e descuido na apresentação dos pratos são contrastados com o cuidado e empenho de proprietários e cozinheiros profissionais que estão à frente de alguns estabelecimentos dentre os mais freqüentados.

Boatos são bastante comuns quando se trata de *fast-food*. Rial (1991) aborda o assunto de maneira bem ampla em sua tese, mostrando que as lojas MacDonald's são alvos preferenciais, sofrendo denúncias as mais variadas, especialmente em relação à composição de seus hambúrgueres. No caso dos *self-services*, houve poucas referências a rumores. Os mais comuns se relacionaram a comidas estragadas que fizeram mal para um número significativo de pessoas, como um caso de intoxicação num restaurante no centro de Uberlândia, que ficou conhecido e foi muito citado. A informação *boca a boca* acabou provocando o afastamento de muitos clientes.

Essa ausência relativa de rumores foi explicada por entrevistados de Monte Carmelo como possibilidade maior de controle, uma vez que a cidade é pequena e todos se conhecem. Além desse fato, os proprietários demonstraram cuidado na escolha e preparação de alimentos, adquiridos por eles próprios, todos os dias, em pequenas quantidades, nos mercados, açougues e sacolões onde as donas de casa também compram.

Na opinião de LH, de Uberlândia, os restaurantes de sua cidade são de ótima qualidade porque qualquer problema fica logo conhecido. Outro fator é que a maioria das pessoas ainda cozinha em casa e "cozinha bem". Subentende-se, assim, que ninguém se habilitará a comer fora de casa se não valer a pena. Em comparação, ele afirma não encontrar a mesma qualidade em Belo Horizonte.

Na capital, relatos sobre comida que fez mal a conhecidos, presença de insetos no ambiente, como baratas, ou lagartas encontradas na salada, foram motivo de desistência de freqüência a certos locais. Mas os rumores mais citados, inclusive por um antigo proprietário

de restaurante, foram os relativos à comida chinesa. O estigma de falta de asseio e aproveitamento de sobras nesses estabelecimentos é recorrente na fala de várias pessoas das duas cidades maiores. Uma característica da composição dos pratos, a presença de verduras variadas picadas, acaba despertando a desconfiança de reutilização de alimentos. Alguns receiam devido a relatos de terceiros, enquanto outros contam suas próprias experiências, como a visita a uma cozinha que servia de dormitório da família proprietária e um palito mastigado encontrado nas vasilhas de comida de um restaurante chinês por quilo.

Os proprietários, por sua vez, defendem-se das constantes acusações relativas a cabelos, botões e quantos mais objetos forem encontrados nos pratos e vasilhas. A maioria faz questão de mostrar suas cozinhas com funcionários uniformizados dos pés à cabeça, todos com lenços, chapéus apropriados, luvas, regras rígidas para o acesso de terceiros e, em Belo Horizonte, citam a presença de um técnico em alimentação exigido pela vigilância sanitária da cidade. Queixam-se da falta de asseio de alguns clientes, que chegam das ruas e se dirigem às pistas sem lavar as mãos, das mulheres que jogam os cabelos com as mãos enquanto se servem, das colheres que são trocadas de um prato para outro sem atenção, quando não jogadas de qualquer jeito, muitas caindo dentro das vasilhas depois de terem sido manuseadas por várias pessoas e, em alguns casos, das repetições no mesmo prato sem cuidados, encostando colheres no prato usado e, o que pode parecer inacreditável, devolvendo o que julgam ter sido exageradamente colocado.

Nos relatos de proprietários e entrevistados, percebemos um *arcabouço flexível que orienta* a conduta alimentar, em que elementos são privilegiados ou ignorados de acordo com circunstâncias específicas, conforme já observara Diez Garcia (1997b). Nos dizeres dessa autora:

A experiência, as informações, o gosto, a imagem, entre outros elementos, conjugam-se para construir representações sociais móveis, cambiáveis para adequar-se a situações, para explicações causais, constituindo-se, dessa forma, num arcabouço flexível que orienta o comportamento alimentar (DIEZ GARCIA, 1997b, p.65).

Nesse contexto, nossas observações levam-nos a concordar com Diez Garcia (1997b), quando afirma que as informações não constituem *elementos preponderantes na determinação do comportamento alimentar* (DIEZ GARCIA, 1997b, p.66), fato também observado por Beardsworth & Keil (1997) em relação a pesquisas desenvolvidas em países como EUA, Japão e Suécia, quando se constatou que a ordem de importância atribuída pela população a determinados fatores, relativos a riscos na alimentação, não correspondia àquela dos cientistas que os colocavam em debate, como expusemos anteriormente.

Assim, para nossos entrevistados e entrevistadas, as gorduras são tidas como as inimigas número um da saúde, a preocupação com a estética é bastante recorrente nas falas de todas as gerações, com maior evidência entre as mulheres, embora haja grande referência à comida *caseira, mineira*, e os pratos apontados por proprietários como de maior consumo sejam as massas, carnes e frituras. As saladas são muito citadas e fala-se num crescimento de seu consumo como tendência, mas paira suspeita sobre elas quanto às possibilidades de contaminação, cuja influência no consumo efetivo não pode ser desconsiderada.

Num balanço geral, combina-se um amplo e variado conjunto de elementos orientando os freqüentadores assíduos dos *self-services*, nas mais diversas conformações, que ora tendem para uma veemente defesa, ora para uma *crítica resignada*, expressando visões peculiares dos que vivenciam o cotidiano desses estabelecimentos, marcando sua especificidade em relação aos discursos da mídia ou de procedência acadêmica, de onde, muitas vezes, extraem suas noções, remodelando-as.

De qualquer forma, as misturas e as escolhas atuais impõem mudanças em padrões tradicionais, como a preferência por alimentos cozidos, poucas verduras cruas, assados predominando nos finais de semana e festas. Assim, os pratos servidos nos restaurantes de comida rápida, em que, no dia-a-dia, se mesclam as saladas cruas em abundância, aos grelhados e assados e às massas especiais – com recheios variados e creme de leite –, e muito pouco arroz com feijão, como notam os nutricionistas, subsumem o simbolismo presente em períodos anteriores, transformando-o em mero sinal. Por outro lado, não falta lugar para uma receita *típica mineira*, compondo a variedade e as combinações desses pratos que parecem representar o modelo de sociedade que privilegia o *patchwork* e as *combinações caleidoscópicas*, nem sempre coerentes, conforme afirmamos em outro momento.

Finalizando, temos uma questão que foi abordada pelos proprietários somente quando questionados sobre o tema: as acusações de desperdício. As posições a esse respeito foram bem variadas. Os mais antigos no ramo afirmaram ter aprendido a controlar as sobras, observando as quantidades em função do consumo, estabelecendo um horário limite para reposição de pratos e fornecendo refeições para o jantar dos funcionários, de modo que, se ainda assim houvesse algum excedente, seria pequeno. O destino desse excedente não foi consensual. Alguns afirmaram não o doar por recomendação da vigilância sanitária, uma vez que o transporte, feito de maneira inadequada, poderia alterar as características do alimento e provocar distúrbios de saúde para quem o consumisse, causando problemas para quem doou. Outros costumavam destinar tais sobras para instituições como asilos e orfanatos e até para criadores de animais que tivessem condição de apanhar a comida no local, o que se tornava uma dificuldade, pois muitos não conseguiam o transporte, segundo foi relatado. Outros, ainda, forneciam marmitex para jantar de empresas, evitando as sobras. Houve, também, um relato de distribuição anônima de marmitex em pontos diferentes da capital, atendendo

mendigos e moradores de rua. De modo geral, poucos foram os que afirmaram reaproveitar os alimentos que sobram de um dia para o outro, em pratos como farofas, arroz de forno, *à grega*, misturado com frango ou outras carnes, bolinhos variados etc.

Passamos às considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Self-services: expressão de uma nova sociabilidade

Estudos realizados desde os anos 70 apontavam tendências de mudanças nas atitudes femininas relacionadas às atividades do lar, ligadas a uma crescente participação da mulher no mercado de trabalho e a uma disposição para relações mais igualitárias entre os sexos. No entanto, constataram que, nas últimas décadas do século XX, a mulher continuava responsável pela administração da casa e pelo cuidado da prole. O caso francês mostrou-se exemplar nesse sentido. Posicionando-se de diferentes formas em relação aos encargos que permaneciam em suas mãos, curiosamente, as mulheres entrevistadas por Sluys et alii, na década de 1990, reconheceram as tarefas domésticas como femininas, atribuindo o questionamento de uma disposição para realizá-las a características de personalidade. Em diferentes países da Europa, nos EUA e no Brasil, o recurso às novas tecnologias domésticas, a utilização de pratos prontos ou de receitas de preparo fácil, e a própria recusa das tarefas do lar por parte das mulheres, não alteraram significativamente a participação masculina, que, de acordo com os estudiosos, prevaleceu como auxílio e como opção, não como contingência. Num período de mudanças intensas e rápidas, a divisão do trabalho doméstico tendia a permanecer homogênea e estável em diferentes formações sociais.

O cenário do final dos anos 1990 apresenta modificações nesse quadro. No Brasil, a pesquisa realizada em cinco capitais pela PROPEG identificou maior participação masculina nas atividades relacionadas ao mundo doméstico, e apontou diferença significativa na forma como homens e mulheres valorizam e enfrentam suas funções. Se a tendência apontada foi a de *maior compartilhamento e maior igualdade* nas relações entre os sexos, o estudo

demonstrou também que ainda há resistências a serem enfrentadas e que estamos longe de uma revolução nesse âmbito.

No que concerne à tecnologia, concluímos, com Elizabeth B. Silva, que, nos lares brasileiros, ela é pouco utilizada ou ausente, o que é compensado pela relativa disponibilidade de tempo para o trabalho doméstico, que também pode ser comprado. No entanto, nos últimos anos, há uma inclinação ao decréscimo de mão-de-obra para serviços caseiros, o que coloca a necessidade de novos arranjos.

O aprimoramento da qualidade e do desempenho dos eletrodomésticos segue a tendência de globalização da indústria e acompanha a crescente inserção das mulheres no mercado de trabalho assim como o aumento da demanda que elas fazem por maior participação dos homens nas atividades da casa. Também há crescimento do consumo de novas tecnologias do lar, que, de acordo com Silva, são projetadas para atender a uma realidade histórica, segundo a qual as necessidades da família do mundo ocidental industrializado sempre foram supridas nos espaços privados dos domicílios. Essa constatação poderia ser reforçada, se considerássemos o aumento de 70% no consumo de alimentos prontos e semi-prontos, de 1998 a 99⁸⁷.

O microondas é uma das novas tecnologias que mais revolucionou a participação de homens nas tarefas caseiras em países desenvolvidos. No Brasil, entretanto, Silva questiona sua efetiva incorporação ao uso doméstico cotidiano. Nossas próprias observações indicam que a tecnologia e os pratos prontos não são as soluções prioritárias de muitas famílias, cuja tendência é retirar da casa a atribuição secular não só de preparação, mas também de consumo do alimento. Nossa hipótese é reforçada pelos índices relativos ao crescimento do número de refeições realizadas fora de casa no Brasil, que já atingem 25%, nos grandes centros,

combinados a um significativo aumento do número de estabelecimentos da área de alimentação, que praticamente dobrou no período de 1991 a 1998⁸⁸. Nas duas maiores cidades que investigamos, Belo Horizonte e Uberlândia, os índices de crescimento dos restaurantes confirmaram a tendência nacional.

Nos restaurantes *self-service*, as percentagens de freqüentadores representando famílias que são assíduas durante a semana chamaram nossa atenção nas cidades observadas, pois variam de 10 a 40%, dependendo da localidade em que os estabelecimentos se situam, sendo maior em bairros residenciais ou próximos a concentrações de edifícios residenciais. A principal justificativa para esse fato, ao contrário do que se poderia esperar, não foi a falta de tempo de pessoas que trabalham. Proprietários, proprietárias e freqüentadores entrevistados enfatizaram, como aspectos centrais, a dificuldade para conseguir cozinheiras e empregadas domésticas e o atual custo dos salários dessa mão-de-obra. Outros fatores lembrados foram o baixo custo da refeição por quilo, a grande variedade de opções e a praticidade do sistema. Algumas mulheres consideraram que comer fora constituía uma rejeição às tarefas culinárias e uma recusa às atribuições tradicionalmente associadas ao gênero feminino.

Vale lembrar, ainda, as conclusões da pesquisa da PROPEG, para tentarmos entender as razões dessa escolha nas cidades estudadas. As mineiras entrevistadas na pesquisa referida demonstraram procurar por arranjos conciliatórios, que não ameacem a estrutura familiar, enquanto os homens se mostraram conservadores e *rebeldes*, não pretendendo assumir a cozinha ou as tarefas do dia-a-dia. Nesse contexto, comer fora, nessa nova modalidade de restaurantes, parece ser solução bem apropriada e conciliatória, especialmente se considerarmos as declarações dos primeiros proprietários de comida por quilo da capital

⁸⁷ Dados fornecidos por Antonio Zambelli, diretor de Marketing da Perdigão Agroindustrial, para o livro *Lugar de Homem é na Cozinha*. p.79.

⁸⁸ Ver dados da ABIA em VEIGA (1998, p.76-79) e ABIA (2000).

mineira, que abriram o *Isso e Aquilo* numa região considerada de *classe média*, pensando numa proposta prática para as famílias cujas mulheres não tinham tempo ou disposição para assumir a cozinha, diante da crescente dificuldade em conseguir empregadas domésticas⁸⁹.

Portanto, principalmente para as chamadas *classes médias* urbanas, o *self-service* representa um lugar e um tempo especial para comer, reordenando a gramática espaço-temporal contemporânea. Aparece como uma proposta diferenciada do comer fora, porque combina praticidade, variedade e rapidez, ao padrão doméstico de alimentação e de formas de convívio que recuperam o sentido, associado à refeição, de uma *comunhão coletiva*, de *momento para congregação dos membros dispersos da família* (ORTIZ, 1994) ou, até, de encontros de amigas, amigos ou colegas de trabalho. Durante a semana, a presença de famílias, de idosos, ou mesmo de homens e mulheres que vivem sozinhos, que, até o início da década de 1990, faziam suas refeições em casa, ou o encontro cotidiano com as mesmas pessoas que adotam o hábito de freqüentar regularmente os mesmos lugares – o que é muito comum no caso que observamos - são significativos no sentido de mostrar que, hoje, casa e rua mesclam seus códigos. *Na mesma proporção em que a vida privada se torna pública, a esfera pública passa a assumir ela mesma formas de intimidade* (HABERMAS, 1984, p.187).

A identificação do restaurante com o espaço da casa, para seus defensores, se expressa na escolha da comida, na preferência por lugares que “lembram a casa da avó” ou, simplesmente, por espaços estabelecidos em casas, contrastando com salões amplos, tidos como “não aconchegantes” e pouco privativos; na demarcação de mesas especiais e, fator importante, na relação de proximidade e confiança estabelecida com os donos e, às vezes, com o próprio *staff*.

⁸⁹ Entrevista realizada com os fundadores da rede, os irmãos Frederico, Marcos e Ronaldo Proença da Matta Machado, Belo Horizonte, mar. 2000.

A importância do modelo doméstico de refeição pode ser particularmente evidenciada na preferência que os *habitués* manifestam em relação aos locais que servem a comidinha caseira à qual estavam acostumados. Além disso, nas representações dos consumidores, em casa é possível uma *verdadeira* refeição, que *alimenta mais e melhor*, enquanto o *snack*, entendido como lanches e comidas de *fast-food*, aparece como *não-refeição*, como transgressão à forma tradicional e estruturada de alimentação, como tivemos a oportunidade de discutir anteriormente.

Em relação à comida considerada *típica*, os depoimentos de proprietários e frequentadores indicam sua presença mais constante no dia-a-dia dos restaurantes, mas confirmam a preferência pelo caseiro, que nem sempre se confunde com o *típico*, representado por pratos como arroz com galinha ou com suã, molho de guarirova, frango ao molho de açafrão, citados em Uberlândia e Monte Carmelo, tutu com costela frita, ou lingüiça, ou lombo, torresmo, feijão tropeiro e farofas, vaca atolada, frango ao molho pardo e angu, apontados nas três cidades, rabada, canjiquinha com costela, às vezes, um molho de pequi, mencionados na capital. O pernil, o lombo e o frango assado são invariáveis presenças nos finais de semana das três cidades, embora os dois últimos também apareçam durante a semana. No entanto, como mencionamos anteriormente, de acordo com um proprietário de restaurante de *comida típica* de Uberlândia, há uma grande diferença no consumo desses pratos comparado ao consumo de Belo Horizonte. No seu entender, nesta última cidade, consome-se maior variedade de *típicos* e com mais frequência.

Nossa própria observação a esse respeito confirma a avaliação de um outro proprietário de *buffet* de *comidas típicas* de Belo Horizonte, para quem, durante a semana, no almoço, as pessoas procuram pratos considerados mais leves e saudáveis, com predomínio de carnes brancas grelhadas e saladas, sobretudo o público feminino. Esse fato pode ser

observado nas três cidades. Vista pelo olhar de nutricionistas, essa “leveza” reflete-se no próprio peso do prato, já que, como constatamos, as pessoas tendem a escolher alimentos mais caros, mais atrativos e com menor peso, privilegiando o paladar em detrimento de uma refeição balanceada. Há, também, os estabelecimentos que servem os pratos especiais do dia, que afirmaram ter sua clientela cativa, como foi o caso do frango ao molho pardo de um restaurante de Uberlândia, servido às quartas feiras e do peixe assado e de algumas massas especiais servidos às sextas feiras em um restaurante do centro de Belo Horizonte, dentre outros.

Esses pratos e hábitos tradicionais combinam-se a novidades e sofisticções do mundo todo, muitas vezes introduzindo alimentos que possibilitam combinações heteróclitas, em parte, explicando o sucesso desses estabelecimentos, que crescem a olhos vistos nas cidades brasileiras. Nos pratos, vemos a própria imagem de nossa sociedade, ansiosa pelo consumo veloz e permanente do “último grito da moda”, numa gama sempre variada de escolhas individualizadas, nem sempre coerentes, no fundo, limitadas pelas “ofertas do dia”, como num restaurante self-service.

Assim, a fórmula do auto serviço rápido, prático e variado adaptou-se ao gosto local, servindo comida “de verdade”, mas a feijoada jamais será a mesma, tradicionalmente acompanhada de arroz, couve, farofa, laranja e banana da terra frita. Caso haja um *sushi* por perto, morangos ou mangas, frutas da estação, estarão lá, compondo o prato, com um pouco de salada de maionese. O próprio *sushi* anda meio mudado, incorporando novidades, como a manga e a maionese.

Nesse aspecto, percebem-se diferenças nas três cidades. Se as sofisticções não parecem ser muito apreciadas pelos *habitués* do dia-a-dia, quanto menor a cidade, elas se tornam mais raras, mesmo nos finais de semana. Em Monte Carmelo, nada de camarões,

aspargos, alcaparras e amêndoas na comida. Pratos *étnicos* também não são muito comuns, como comida chinesa e pratos árabes, bastante presentes em Uberlândia e Belo Horizonte. De acordo com proprietários entrevistados, não compensa fazer tais tipos de alimentos, porque “não têm saída”. Em Uberlândia, mesmo em um restaurante mais simples, de um bairro bem afastado do centro, um refogado de verduras com *shoyu* é sucesso da casa. Charutos, tabule, quibe frito ou assado em tabuleiro e *esfiha* estão bastante incorporados ao lado de lasanhas, canelones, rondeles e *gnochi*. Da mesma forma que na capital, há, inclusive, *self-services* típicos árabes e chineses, que incorporaram alguns pratos nacionais e estão entre os mais freqüentados.

Num balanço geral, as diferenças relativas aos hábitos alimentares são percebidas mais nas diferentes gerações do que nas diferentes cidades, abrangendo aspectos como motivos para se comer fora, prioridades na escolha de lugares e de comidas, tipos de comidas para diferentes momentos, como almoço, jantar, dias de semana e finais de semana. Tais diferenças relacionam-se a amplos processos de mudança *nos modos de ser e de viver* que atingem as camadas médias urbanas e escolarizadas, e que dizem respeito à reestruturação das relações de gênero e dos espaços público e privado, em um nível que extrapola o local. Da mesma forma, as escolhas alimentares resultam da incorporação de discursos variados como os alternativos, os médicos, os estéticos, muitos deles divulgados pela *mídia*, o que se combina à própria variedade e disponibilidade dos alimentos submetida à lógica de gerenciamento de recursos e da competição. Desse modo, a preferência por alimentos cozidos, assim como sua predominância no dia-a-dia das casas mineiras, apontadas em estudos anteriores, é reorientada nesse novo contexto, com o abuso das saladas cruas e dos assados e pratos especiais servidos durante a semana.

Por outro ângulo, a existência de um pequeno número de estabelecimentos que se destina à venda de alimentos congelados, prontos para consumo, comparada ao vertiginoso crescimento de *self-services* nas cidades observadas, principalmente, em Belo Horizonte e Uberlândia, diz respeito a um determinado padrão cultural. Tudo indica, em nossa realidade, que o *freezer* e o micro-ondas, tecnologias domésticas muito utilizadas em alguns países da Europa e nos Estados Unidos, não são páreo para a *comidinha caseira*, *fresquinha* e *quentinha*, mesmo que comida “na rua”. As estatísticas relativas ao crescimento do número de refeições fora de casa e a marcante presença, na paisagem urbana brasileira, dos restaurantes que servem almoço por quilo ou pelo sistema intitulado *buffet*, parecem indicativas de que o sanduíche e o congelado não foram as fórmulas privilegiadas na mudança de estilo de vida das famílias estudadas. Comer fora torna-se mais prático do que consumir alimentos congelados, com a utilização de fornos micro-ondas e vasilhames descartáveis, já que, nesse caso, algumas das tarefas domésticas não desaparecem – como colocar e tirar a mesa e lavar a louça -, além de ser necessário o domínio de um conjunto de conhecimentos e procedimentos que envolvem os atos de congelamento e utilização desses fornos, conforme demonstrou Silva (1998).

Vale lembrar ainda que, em nossos dias, em tempos de “apagão”, o *freezer* e o microondas aparecem como “vilões” e são os primeiros equipamentos desativados por boa parte das famílias, como temos visto tanto nas entrevistas que realizamos, como nas notícias fartamente veiculadas pela imprensa.

Percebemos que, para muitas pessoas entrevistadas, que adotaram definitivamente o hábito de almoçar fora e se tornaram suas ardorosas defensoras, algumas formas de intimidade são apontadas no restaurante, reforçando a identificação de seus espaços com códigos da casa. Entretanto, não podemos perder de vista a outra face da moeda, geralmente

reconhecida pelos seus críticos: a perda de privacidade. A imagem dessa perda, à medida que a alimentação passa a ocorrer em espaços públicos, está relacionada com as formas de civilidade características desses espaços: comportamento não agressivo e *normalizado*, uma roupa para cada ocasião, lugar da *representação*, onde o silêncio e os gestos discretos, há muito, assumiram o papel de obstáculos à expressão plena da intimidade, conforme observou Sennett (1989, p.42-44).

A análise de Maciel sobre o churrasquear gaúcho traz elementos à compreensão dessa outra face, no que concerne à redefinição da sociabilidade familiar nos restaurantes, onde, no entender da autora, não é possível reviver sua forma. Trata-se de estabelecimentos comerciais nos quais, por mais que seja buscada a recriação do ambiente cultural ao qual pratos e costumes estão associados, não há possibilidade de reviver os espaços e condições adequados à realização de toda uma ritualização característica da refeição feita na casa (MACIEL, 1996).

No universo que analisamos, proprietários e freqüentadores são unânimes em afirmar que *self-services* são lugares onde a permanência é rápida. Em nossas observações, percebemos que a média de tempo desde a chegada até a saída das pessoas varia em torno de 30 minutos. São poucas as que ficam por mais tempo, mesmo porque a própria lógica do lugar exige circulação ágil e mesas permanentemente disponíveis. Assim, tanto a forma como o conteúdo das refeições são redimensionados nessa espécie de *geografia difusa* que caracteriza o momento contemporâneo, nessa mescla de privatização do social e publicização da intimidade, num mundo em que a mulher deixa de ser atriz privilegiada da cozinha e ganha seu espaço no domínio público, possibilitando uma redefinição nas relações entre os sexos. Os *self-services* aparecem como lugares onde uma nova cena familiar se desenrola.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALA, Mônica C. *Receita de mineiridade: a cozinha e a construção da imagem do mineiro*. Uberlândia: EDUFU, 1997.

_____. Self-services: espaços de uma nova cena familiar. *Espaço Feminino*, Uberlândia, v.6, n.6, p.79-92, 1999.

_____. Novos hábitos alimentares e formas de sociabilidade de famílias mineiras. *Espaço Feminino*, Uberlândia, v.8, n.9, p.89-106, 2001.

ABREU, Edeli S. de. *Restaurante "Por Quilo": vale quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de Cerqueira César, São Paulo/SP*. 2000. Dissertação (Mestrado em Nutrição) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

ALMEIDA NETO, Luiz Mello de. *Família no Brasil dos anos 90: um estudo sobre a construção social da conjugalidade homossexual*. 1999. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 1999.

ANDRADE, Eliane S. F. *Somando papéis sociais: trajetórias femininas e seus conflitos*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1992.

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense, 1983.

ARIÈS, Philippe. Por uma história da vida privada. In: ARIÈS, Philippe; CHARTIER, Roger. *História da vida privada. Da renascença ao século das luzes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.7-19. 3v.

ARRUDA, Maria Arminda do N. *Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

AYMARD, Maurice; GRIGNON, Claude; SABBAN, Françoise. À la recherche du temps social. In: _____. *Le temps de manger. Alimentation, emploi du temps et rythmes sociaux*, Paris: Editions de La Maison des sciences de l'home, 1993. p.1-37.

BARRETO, Abílio. *Belo Horizonte memória histórica e descritiva (História Média)*. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1995.

BATTAGLIOLA, Françoise. De la bonne ménagère à la bonne mère. *Les Temps Modernes*, Paris, v.39, n.438, p.1319-1333, jan. 1983.

BEARDSWORTH, Alan; KEIL, Teresa. *Sociology on the menu*. London: Routledge, 1997.

- BECK, Ulrich. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: BECK, U. et all. *Modernização reflexiva*. São Paulo: Editora UNESP, 1995.
- BECK, Ulrich. 'I am I': gendered space and conflict inside and outside the family. In: _____. *Risk Society - Towards a New Modernity*. London: Sage Publication, 1992.
- _____. *Risk Society - Towards a new modernity*. Tradução de Tatiana Landini. São Paulo, 1998. (mimeo)
- BECK, Ulrich; BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. From love to liaison. Changing relationships in an individualized society. In: _____. *The normal chaos of love*. London: Polity Press, 1995. p.45-77.
- BERTAUX, Daniel; BERTAUX-WIAME, Isabelle. Mistérios da Baguete. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n.19, p.116-142, dez. 1987.
- BESSA, Kelly C. F. de Oliveira. *Constituição e expansão do meio técnico-científico-informacional em Uberlândia: o local na era das redes*. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2001.
- BRILLAT-SAVARIN. *Physiologie du Goût*. Paris: Hermann, 1975. 187p.
- _____. *A fisiologia do gosto*. Rio de Janeiro: Salamandra, 1989. 375p.
- BONIN, Anamaria; ROLIM, Maria do Carmo. Hábitos alimentares: tradição e inovação. *Boletim de Antropologia*, Curitiba, v.4, n.1, p.75-90, jun. 1991.
- BRAUDEL, Fernand. *A longa duração*. História e Ciências Sociais. 2.ed. Lisboa: Editorial Presença, 1976. p.7-70.
- CAMPOS, Marta S. *Poder, saúde e gosto*. São Paulo: Cortez, 1982. 130p.
- CANDIDO, Antônio. *Os parceiros do Rio Bonito*. 6.ed. São Paulo: Duas Cidades, 1982. 284p.
- CASCUDO, Luis da Camara. *História da alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Itaitaia, 1983. 2v.
- CASTORIADIS, Cornelius. *La crise du processus identificatoire*. Connexions 55, Malaise dans l'identification. Toulouse: Ed.Erès, 1990.
- CHAUDRON, Martine. Heur et malheur de la cuisinière. *Les Temps Modernes*, Paris, v.39, n.438, p.1349-1359, jan. 1983.
- CHRISTO, Maria Stella L. de. *Fogão de lenha: 300 anos de cozinha mineira*. 7.ed. Petrópolis: Vozes, 1986. 276p.

COLLAÇO, Janine H. *Restaurantes de comida rápida: uma solução à moda da casa*. 2000. Trabalho apresentado a XXII Reunião Brasileira de Antropologia, Brasília, 2000. Não publicado.

COSTA, Cláudia L. O leito de procusto: gênero, linguagem e as teorias feministas. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.2, p.141-174, 1994.

DA MATTA, Roberto. *A casa e a rua*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

_____. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DEBRET, Jean Baptiste. *Viagem pitoresca e histórica ao Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1989. 200p. (Coleção Reconquista do Brasil, 3, Série especial, v.11).

DEMERTECO, Solange M. S. A mulher, a cozinha e a arte culinária. *Espaço Feminino*, Uberlândia, v.8, n.9, p.69-89, jan./jun. 2001.

DEVREUX, Anne-Marie. Questions de temps, questions sur le temps. *Les Temps Modernes*, Paris, v.39, n.438, p.1334-1348, jan. 1983.

DIEZ GARCIA, Rosa W. Práticas e comportamento alimentar no meio urbano: um estudo no centro da cidade de São Paulo. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v.13, n.3, jul./set. 1997a.

_____. Representações sociais da alimentação e saúde e suas repercussões no comportamento alimentar. *Physis*, Rio de Janeiro, v.7, n.2, p.51-68, 1997b.

D'INCAO, Maria Ângela. Modos de ser e de viver: a sociabilidade urbana. *Tempo Social*, São Paulo, v.4, n.1-2, p.95-109. 1992.

DUTRA, Maria Rogéria C. *A boa mesa mineira: um estudo de cozinha e identidade*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1991.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1990. 271p.

EUFRÁSIO, Mário A. A temática da sociabilidade na escola sociológica de Chicago. *Sociabilidades*, São Paulo, p.37-44, out. 1996.

FISCHLER, Claude. A "McDonaldização" dos costumes. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (coord.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.841-862.

FLANDRIN, Jean-Louis. Os séculos XIX e XX. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (coord.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.700-707.

- FREIRE, Ana Lucy O. Comércio e abastecimento em Belo Horizonte (1897-1990). *Caderno de Filosofia e Ciências Humanas*, Belo Horizonte, v.6, n.11, p.50-67, out. 1998.
- FREYRE, Gilberto. Uma possível Sociologia: a do açúcar, tendo por principal modelo a experiência brasileira. In: _____. *A presença do açúcar na formação brasileira*. Rio de Janeiro: Divisão administrativa do Instituto do Açúcar e do Alcool, 1975. (Coleção Canaveira, n.16).
- FRIEIRO, Eduardo. *Feijão, angu e couve*. Ensaio sobre a comida dos mineiros. 2.ed. rev. aum. Belo Horizonte: Itatiaia, 1982. 227p.
- GIARD, Luce. Cozinhar. In: CERTEAU, Giard; MAYOL. *A invenção do cotidiano 2*, Petrópolis: Vozes, 1997.
- GIDDENS, Anthony. Sistemas abstratos e transformação da intimidade. In: _____. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991. p.115-150.
- GOLDANI, Ana Maria. A “crise familiar” no Brasil hoje. *Travessia*, p.14-21, jan./abr. 1991.
- _____. Retratos de família em tempos de crise. *Estudos Feministas*, Florianópolis, p.303-335, jul./dez. 1994.
- GOODY, Jack. *Cuisines, cuisine et classes*. Paris: Centre Georges Pompidou/Centre de Création Industrielle, 1984.
- HABERMAS, Jurgen. Mudança na estrutura social da esfera pública. In: _____. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HARVEY, David. A transformação político-econômica do capitalismo do final do século XX. In: _____. *Condição Pós-Moderna*. 7.ed. São Paulo: Loyola, 1998. p.115-184.
- HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, n.4, jan/jun. 1996.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. Petit traité d'ethnologie culinaire. In: _____. *L'origine des manières de table*. Paris: Plon, 1968.
- LIFSCHITZ, Javier. Alimentação e cultura: em torno ao natural. *Physis*, Rio de Janeiro, v.7, n.2, p.69-84, 1997.
- LIMA, Tânia A. Chá e simpatia: uma estratégia de gênero no Rio de Janeiro oitocentista. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, v.5, p.93-127, 1997.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del Vacío; ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1986. p.5-78.
- LOBO, Elisabeth S. Caminhos da Sociologia no Brasil: modos de vida e experiência. *Tempo Social*, São Paulo, v.4, n.1-2, p.7-15, 1992.

LUGAR de Homem é na cozinha. São Paulo: PROPEG, 2000.

MACIEL, Maria Eunice. Churrasco à gaúcha. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, n.4, p.34-48, jan/jun. 1996.

MAGNANI, José Guilherme. Quando o campo é a cidade: fazendo Antropologia na metrópole. In: MAGNANI, José Guilherme; TORRES, Lilian de Luca (org.). *Na metrópole*. Textos de Antropologia Urbana. São Paulo: EDUSP, 1996.

MELLO, João Manoel C. de; NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: _____. *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p.559-658. v.4.

MENESES, Ulpiano T. B. de; CARNEIRO, Henrique. A história da alimentação: balizas historiográficas. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, v.5, p.9-91, 1997.

MENNEL, Stephen; MURCOTT, Anne; OTTERLOO, Anneke H. van. The Sociology of food: eating, diet and culture. *Current Sociology*, London, v.40, n.2, autumn 1992.

MURCOTT, Anne. Scarcity in abundance: food and non-food. *Social Research*, New York, v.66, n.1, p.305-339, spring. 1999.

NASSER, Ana Cristina A. *Sair para o mundo*. Trabalho, família e lazer na vida de excluídos. São Paulo: HUCITEC/FAPESP, 2001. p.41-96.

OLIVA-AUGUSTO, Maria Helena. *Temporalidade, individualidade e ordem social*. São Paulo, 1998. (versão preliminar)

_____. O moderno e o contemporâneo: reflexões sobre os conceitos de indivíduo, tempo e morte. *Tempo Social*, São Paulo, v.6, n.1-2, p.91-105, jun. 1995.

OLIVEIRA, Maria Coleta. A família brasileira no limiar do ano 2000. *Estudos Feministas*, Florianópolis, n.4, p.55-63, jan./jun. 1996.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PEDROCCO, Giorgio. A indústria alimentar e as novas técnicas de conservação. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (coord.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.763-791.

PITTE, Jean-Robert. Nascimento e expansão dos restaurantes. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (coord.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.751-762.

POPCORN, Faith; MARIGOLD, Lys. *Click*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PYNSON, Pascale. *La France à Table*. Paris: Editions La Découverte, 1987.

- QUEIROZ, Maria José de. *A comida e a cozinha*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1988.
- QUEIROZ, Maria Izaura P. de. Relatos Oraís: do "indivizível" ao "divizível". *Ciência e Cultura*, São Paulo, v.39, n.3, p.272-286, mar. 1987.
- RIAL, Carmen S. M. Fast food: a nostalgia de uma estrutura perdida. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, n.4, p.94-103, jan/jun. 1996.
- _____. *Le Goût de L' Image: ça se passe comme ça chez les fast-food*. 1992. Thèse (Doctorat en Anthropologie Sociale et Sociologie Comparée) - Université Paris V "René Descartes, Paris, 1992.
- RIAL, Carmen S. M. Os charmes dos fast-foods e a globalização cultural. *Antropologia em Primeira Mão*, Florianópolis, n.7, p.1-17, 1995.
- _____. Rumores sobre alimentos: o caso dos *fast-foods*. *Antropologia em Primeira Mão*, Florianópolis, n.17, p.1-14, 1996.
- ROMANELLI, Geraldo. Mudança e transição em famílias de camadas médias. *Travessia*, p.32-34, jan./abr. 1991.
- ROZIN, Paul. Food is fundamental, fun, frightening, and far-reaching. *Social Research*, New York, v.66, n.1, p.9-30, spring 1999.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Pela mão de Alice*. O social e o político na pós-modernidade. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1996. p.281-318.
- SCHLOSSER, Eric. *Pais fast-food: o lado nocivo da comida norte americana*. São Paulo: Ática, 2001. 405p.
- SCHWARCZ, Lilia M. Introdução. Sobre semelhanças e diferenças. In: _____. *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p.7-11. v.4.
- SEGNINI, Liliana R. P. *Relações de gênero e racionalização do trabalho em serviços*. 1999. Trabalho apresentado no Seminário sobre os Estudos do Trabalho, São Paulo, 1999. Não publicado.
- _____. Relações de gênero no trabalho bancário informatizado. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.10, p.147-168, 1998.
- SENNETT, Richard. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- SICHERI, Rosely et all. Variações temporais do estado nutricional e do consumo alimentar no Brasil. *Physis*, Rio de Janeiro, v.7, n.2, p.31-50, 1997.

SILVA, Elizabeth B. Fazendo gênero na cozinha: tecnologias e práticas. *Revista Latinoamericana de Estudios Del Trabajo*, São Paulo, n.7, p.29-53, 1998a.

_____. Tecnologia e vida doméstica nos lares. *Cadernos Pagu*, Campinas, n.10, p.21-52. 1998b.

SILVA, Maria Beatriz N. da. *Cultura e Sociedade no Rio de Janeiro (1808-1821)*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978. p.3-109. (Brasiliana, v.363).

SILVEIRA, Anny Jackeline T. O sonho de uma 'petit Paris': os cafés no cotidiano da capital. In: DUTRA, Eliana de F. (org.). *BH Horizontes Históricos*. Belo Horizonte: C/Arte, 1996.

SIMMEL, Georg. Sociologia de la Comida. In: _____. *El individuo y la libertad*. Ensaio de crítica de la cultura. [s.l.]: Península, 1986. p.236-270.

SLUYS, Colette; CHAUDRON, Martine; ZAIMAN, Claude. Chérie, qu'est-ce qu'on mange ce soir? In: _____. *Pratiques alimentaires et identités culturelles*. *Ethnologie Française*, Paris, n.27, p.87-95, 1997.

SORCINELLI, Paolo. Alimentação e saúde. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (coord.). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p.792-805.

THIOLLENT, Michel. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. 5.ed. São Paulo: Polis, 1987.

VAITSMAN, Jeni. *Flexíveis e plurais: identidade, casamento e família em circunstâncias pós-modernas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

_____. Dimensões sobre família e gênero no Brasil. *Revista da Associação de Saúde Pública do Piauí*, Teresina, v.2, n.1, p.70, jan./jun. 1999.

VALERI, Renée. Alimentação. In: ENCICLOPÉDIA Einaudi. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1989. p.191-209. v.16.

VELHO, Octávio G. *Hábitos alimentares em camadas de baixa renda*. Rio de Janeiro: Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1977. (Relatório de Pesquisa).

VISSER, Margaret. Food and culture: interconnections. *Social Research*, New York, v.66, n.1, p.117-130, spring 1999.

WARDE, Alan; MARTENS, Lydia. *Eating out. Social differentiation, consumption and pleasure*. [U.K.]: Cambridge University Press, 2000.

WOORTMANN, Klaas. *Hábitos e ideologias alimentares em grupos sociais de baixa renda*. Brasília: Universidade de Brasília, 1978. (Relatório, Série Antropologia, v.201).

Periódicos:

- ARBEX, Daniela; ROCHA, Izaura. *Rua Halfeld*. Juiz de Fora: Tribuna de Minas. Suplemento comemorativo do 148º aniversário de Juiz de Fora. Juiz de Fora, maio 1998.
- CANCLINI, Nestor Garcia. Dicionário para consumidores descontentes. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 jan. 2002. Caderno Mais. p.5.
- COLAVITTI, Fernanda. Arroz com feijão ameaçado. *Galileu*, São Paulo, n.133, p.64-71, 2002.
- COMIDA: quando a solução vem a quilo. *Jornal da Casa*, Belo Horizonte, 24 a 30 set. 1989.
- COMIDA a quilo com tempero caseiro. *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 22 out. 1989. p.2.
- CORREA, Luiz Carlos. Comida a quilo é nova mania. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 12 jul. 1989.
- COUTO, Cristiana. Delis revigoradas satisfazem os paulistas. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 out. 1999. Caderno 4. p.10.
- DEMANDA por comida a quilo cresce. *Hoje em Dia*, Belo Horizonte, 4 dez. 1989.
- FARIA, Antônio Carlos de. Mais Competitiva, mulher ganha mercado. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 7 mar. 2001. p.C1.
- FERNANDES, Fátima. Abrir restaurante vira mania em São Paulo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 3 mar. 2002. p.B1.
- FIORAVANTE, Celso. Gastronomia sai da cozinha. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 ago. 1996. Caderno V. p.1.
- FAMÍLIA. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 set. 1998. Caderno Especial. p.16.
- CENSO 2000. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 dez. 2001. Caderno Especial. p.8.
- MEDO de Comida. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 maio 2001. Caderno Especial. p.8.
- GIANINNI, Bárbara; MICHELOTTI, Gabriela. E a faxina, quem faz? *Folha de São Paulo*, São Paulo, 28 mar. 1999. p.C2.
- GODOY, Vera. "Self-service". Crise chegou ao comércio de comida. *Diário da Tarde*, Belo Horizonte, 1 maio 1991. p.9.
- GOIS, Antônio. 3,8 milhões moram sozinhos no Brasil. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 2000. p.C5.

HUAMANY, Walter. Comida a quilo, novidade que emplacou em BH. *Tribuna de Minas*, Juiz de Fora, 10 ago. 1989.

HUAMANY, Walter. Refeição a quilo, a nova mania mineira. *O Globo*, Rio de Janeiro, 1 jan. 1990. p.17.

LANCELLOTTI, Sílvio. Mineiro é discreto até para guardar receitas. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 17 jan. 1991. Suplemento de Turismo, p.G-20.

MARMITAS CHIQUES (quem diria!!!). *Jornal da Casa*, Belo Horizonte, 5 a 11 ago. 1990. p.3.

MELO, Josimar. Quilos enfrentam cultura do fast food. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 abr. 2000. Caderno Especial. p.10.

_____. Restaurantes surgem para matar fome de convívio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 2 abr. 2000. Caderno Especial. p.10.

VEIGA, Aida. Bye, bye, fogão. *Veja*, São Paulo, p.76-79, jun. 1998.

_____. Lição de casa: aprender a viver só. *Veja*, São Paulo, p.102-108, jul. 2000.

Outras Fontes:

- Publicações

ABIA. *Foodservice no Brasil*. São Paulo: Departamento de Economia, Estatística e Planejamento, 2000.

FOOD AND DRUG ADMINISTRATION. *Public Health Reasons/Administrative Guidelines*. 1997 Food Code, U.S. Department of Health and Human Services. Disponível em: <<http://www.foodsafety.org>>. Acesso em: 10 jul. 2002.

ISS. *Estabelecimento por atividade Econômica*. Uberlândia: Secretaria de Finanças/Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2001.

MAZZON, J. A. *Workers food program*. Reality and Outlook. São Paulo: University of São Paulo, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE UBERLÂNDIA. *BDI – Banco de Dados Integrados – v.2*. Uberlândia: Secretaria Municipal de Planejamento, 1993.

_____. *BDI – Banco de Dados Integrados – v.2*. Uberlândia: Secretaria Municipal de Planejamento, 1996.

_____. *BDI – Banco de Dados Integrados – v.2*. Uberlândia: Secretaria Municipal de Planejamento, 1998.

_____. *BDI – Banco de Dados Integrados – v.2. Uberlândia: Secretaria Municipal de Planejamento, 1999.*

UBERLÂNDIA. *Investimentos privilegiados. Uberlândia: Prefeitura Municipal de Uberlândia, 1977.*

UBERLÂNDIA 92. *Os números do desenvolvimento. Uberlândia: Secretaria Municipal de Planejamento/Prefeitura Municipal de Uberlândia, 1992.*

- Entrevistas:

Anexo I

ANEXO

Freqüentadores com idade acima de 60 anos¹

nome	sexo	cidade	Ocupação	escolaridade
A. A.*	feminino	Uberlândia	Aposentada	E. F. incompl.
A.J.R.*	masculino	Belo Horizonte	Taxista	Sem inform.
D.P.	masculino	Uberlândia	Contador	E. M. Técnico
E.S.*	Feminino	Uberlândia	Aposentada	E. M. Normal
F.F.C.M	Feminino	Belo Horizonte	Aposentada (profa. do ensino fundamental)	E. S.
G.R.S.*	Feminino	Monte Carmelo	Pensionista	E. F. incompl.
H.Z.	Feminino	Belo Horizonte	Aposentada (protética do IPSENG)	E. M. Técnico
M.C.*	Feminino	Uberlândia	Aposentada	E. M. Normal
R.P.P.*	masculino	Uberlândia	Aposentado (técnico em eletrônica)	Técnico por correspond.
T.S.	feminino	Belo Horizonte	Aposentada (funcionária pública)	Sem inform.

* Idade na faixa de 80 anos.

Freqüentadores com idade na faixa de 50 a 59 anos

Nome	sexo	cidade	ocupação	Escolaridade
E.A.	masculino	Uberlândia	Artista plástico	E. S.
E.G.A.	feminino	Belo Horizonte	Comerciante	E. F. incompl.
E.F.B.G.	feminino	Monte Carmelo	Aposentada (professora/ Contabilista)	E. S.
I.M.O.V.	feminino	Belo Horizonte	Comerciante	E. S.
L.J.B.S.	feminino	Uberlândia	Micro-empresária	E. M. Normal
M.L.F.	feminino	Belo Horizonte	Gerente de Banco	E. S.
M.T.T.L.	feminino	Belo Horizonte	Aposentada (professora de ensino fundamental)	E. M.
M.R.M.C.	feminino	Uberlândia	Micro-empresária	E. M. Normal
R.M.A.F..	feminino	Belo Horizonte	Aposentada (professora universitária)	E. S.
S.S.R.	feminino	Monte Carmelo	Aposentada (funcionária pública)	E. S. (Licenc. Curta)
T.M.	feminino	Belo Horizonte	Aposentada (professora do ensino fundamental)	Sem inform. *

*Devido à profissão, sabemos que o Ensino Médio foi concluído.

¹ Abreviações utilizadas: Ensino Superior (E.S.), Ensino Médio (E.M.), Ensino Fundamental (E.F.); sem informação (sem inform.); Técnico por correspondência (técnico por correspond.); incompleto (incompl.).

Freqüentadores com idade na faixa de 40 a 49 anos

nome	sexo	cidade	ocupação	Escolaridade
A.M.	feminino	Uberlândia	Micro-empresaria	E. S.
C.R.R.	feminino	Belo Horizonte	Escriturária de banco	E. M.
C.C	feminino	Belo Horizonte	Gerente de banco	E. S.
E.M.S.	feminino	Uberlândia	Secretária	E. S.
G.M.B.		Belo Horizonte	Taxista	Sem inform.
H.F.M.	masculino	Monte Carmelo	Gerente de banco	E. S.
K.M.C.	feminino	Belo Horizonte	Veterinária	E. S.
K.O.D.		Uberlândia	Comerciante	E. M.
L.G.L.	masculino	Belo Horizonte	Gerente de salão de beleza	E.F.
M.L.V.S.	feminino	Belo Horizonte	Escriturária de banco	E. S. incompl.
O.C.B.	masculino	Uberlândia	Publicitário	E. S.
S.M.R.O.B	feminino	Uberlândia	Aposentada (professora do ensino fundamental)	E. S.
V.M.M.	feminino	Monte Carmelo	Assistente social	E. S.

Freqüentadores com idade na faixa de 30 a 39 anos

nome	sexo	cidade	ocupação	escolaridade
A.C.V.	feminino	Uberlândia	Professora de inglês	E. S.
A.S.A.M.	masculino	Uberlândia	Publicitário	E. S.
C.L.J.	feminino	Uberlândia	Micro-empresária	E.M. Magistério
F.K.	masculino	Belo Horizonte	Programador	E.M.
L.M.S.S.	feminino	Monte Carmelo	Dona de casa	E.M.
L.H.G.O.	masculino	Uberlândia	Ator, produtor cultural e estudante	E. S. (estudante)
M.B.S.	feminino	Belo Horizonte	Cabeleireira	E. F. incompl.
M.T.	masculino	Belo Horizonte	Agrônomo	E. S.
P.E.T.O.	masculino	Belo Horizonte	Vendedor	E. S. (estudante)
R.M.J.	masculino	Monte Carmelo	Veterinário	E. S.

Freqüentadores com idade na faixa de 20 a 29 anos

nome	sexo	cidade	ocupação	Escolaridade
A.M.	feminino	Belo Horizonte	Agente de turismo/ estudante	Estudante*
A.P.R.T.	feminino	Uberlândia	Profa. Inglês/ estudante	E. S. (estudante)
C.F.	feminino	Belo Horizonte	Secretária /estudante	E. S. (estudante)
C.O.C.P.	feminino	Uberlândia	Psicóloga escolar	E. S.
D.O.C.A.	feminino	Uberlândia	Fisioterapeuta	E. S.
D.C.C.P.	feminino	Monte Carmelo	Func. Pública/estudante	E. S. (estudante)
M.C.G.R.	masculino	Belo Horizonte	Estudante universitário	E. S. (estudante)
Q.C.G.H.	feminino	Belo Horizonte	Professora Inglês	E. S.
R.S.G.D.	feminino	Belo Horizonte	Micro-empresária	E. S.
R.A.S.	masculino	Uberlândia	Operador de call center	E. S.
S.M.O.S.	feminino	Belo Horizonte	Micro-empresária	E. S. (estudante)

Freqüentadores menores de 20 anos

nome	sexo	cidade	ocupação	Escolaridade
B.R.M.	feminino	Uberlândia	Estudante Ens. Médio	E. M. (estudante)
C.F.	feminino	Belo Horizonte	Estudante Ens. Médio	E. M. (estudante)
I.F.R.	masculino	Uberlândia	Micro-empres./estudante Ens. Superior	E. S. (estudante)
P.N.	feminino	Belo Horizonte	Secretária	E.M.
P.H.R.M.C.	masculino	Belo Horizonte	Estudante Ens. Médio	E.M.
R.A.J.	masculino	Belo Horizonte	Estudante Fundamental	Ens. E. F. incompl.

Proprietários entrevistados em Belo Horizonte

nome	sexo	bairro	serviço
C. Y. C. e C. C. H-J	Masc./fem.	Funcionários	self-service
C. *	masculino	Buritis	buffet
E. B. F.	masculino	Centro	self-service
F. H. A.	masculino	Floresta	self-service
J. M. T.	masculino	Serra	self-service
L. M. C.	masculino	Nova Suíça	self-service
L. P. *	feminino	Centro	self-service e buffet
M. A. R. e M. V. R.	Masc./fem.	Centro	self-service
M.N.	feminino	São Pedro	buffet
N. M.	masculino	Gutierrez	self-service
R. F.	masculino	Funcionários	buffet
R. P. M. M.	masculino	Sion e Cidade Jardim	self-service

* Gerentes

Proprietários entrevistados em Monte Carmelo

nome	sexo	bairro	serviço
M.L.C. e R.C.	fem./fem.	Centro	self-service
K.P.M.C. e M.A.S.C.	masc./fem.	Centro	self-service
J.H.S.	masculino	Batuque	self-service e churrascaria

Proprietários entrevistados em Uberlândia

nome	sexo	bairro	serviço
A.J.N.	masculino	Centro	self-service
B.B.	feminino	Centro	self-service
C.F.	feminino	Jardim Brasília	self-service – preço fixo
C.F.	masculino	Fundinho	self-service
E.B.	masculino	Lídice*	self-service
E.C.R.	feminino	Centro	self-service
E.C.	masculino	Umuarama e Sta. Mônica	self-service
G.M.F.	feminino	Oswaldo	self-service
H.*	masculino	Centro	buffet
O.S.S.	masculino	Centro	self-service
R.G.	masculino	Centro	self-service
R.M.O.S.	feminino	Jardim Patrícia	self-service
R.	masculino	Centro	buffet
S.S.M.	masculino	Fundinho	self-service
S.C.	feminino	Santa Mônica	self-service
W.M.P.	feminino	Centro	self-service
W.J.S.	masculino	Centro	self-service

* Atualmente o restaurante mudou para o Bairro Oswaldo.

ABDALA, M
2002

ulo

MESAS DE MENAS: AS FAMÍLIAS VÃO AO SELF-SERVICE

Mônica Chaves Abdala