

---

## A ALIMENTAÇÃO COMO FORMAÇÃO DO GOSTO EM RESTAURANTES DE CAMPINA GRANDE-PB

*FOOD AS TASTE CONSTITUTION IN RESTAURANTS FROM CAMPINA GRANDE-PB*

**Josélio Sales**

Doutorando em Antropologia, UFPB

[zeliosales@gmail.com](mailto:zeliosales@gmail.com)

**Tatiana Ramalho Barbosa**

Mestre em Jornalismo, UFPB.

[tatiramalho@hormail.com](mailto:tatiramalho@hormail.com)

42

---

### Resumo

O fenômeno alimentar não é apenas um ato biológico, mas simbólico e indenitário, cujo caminho os indivíduos podem se orientar e se distinguir. O objetivo do presente trabalho é compreender como se forma “o gosto” em frequentadores de restaurantes de Campina Grande, segunda maior cidade do Estado da Paraíba. São as memórias ou é o status que o constitui? Queríamos entender, em uma escala local, se “gosto” é formado a partir do recorte da distinção social. A metodologia usada foi a observação participante, com conversas informais e entrevistas com frequentadores de oito restaurantes locais. Percebemos que comer é um ato político. Envolve o caráter social, cultural e também econômico. Mais do que hábitos e comportamentos alimentares, a alimentação implica formas de perceber e expressar um determinado estilo de vida que se particulariza em um determinado grupo social.

**Palavras-chave:** Formação do Gosto. Alimentação. Distinção Social.

### Abstract

*The food phenomenon is not just a biological act but a symbolic and indemnity act in which individuals can orient and distinguish themselves. The objective of the present work is to understand how “taste” is formed in restaurant patrons in Campina Grande, the second largest city in the state of Paraíba. Is it the memories or is it the status that constitutes it? We wanted to understand, on a local scale, whether “taste” is formed from the cut of social distinction. The methodology used was participant observation, with informal conversations and interviews with owners of eight local restaurants. We realize that eating is a political act. It involves the social, cultural, and also economic character. More than eating habits and behaviors, food implies ways of perceiving and expressing a certain lifestyle that is particular to a certain social group.*

**Keywords:** Taste constitution. Food. Social Distinction.

## INTRODUÇÃO

A comida exerceu diferentes papéis na história humana, transformando civilizações e unindo umas às outras. “Rotas de comércio funcionaram como redes internacionais de comunicação, fomentando não apenas a troca comercial, mas também a troca cultural e religiosa” (Standage, 2010, p. 8). A rota das especiarias modificou a gastronomia, a arquitetura, a ciência e a religião europeias. A América foi descoberta na superação do monopólio árabe sobre as especiarias. A comida já foi usada como arma de guerra, intimamente ligada à capacidade de alimentar os grandes exércitos, contribuindo para a construção dos impérios europeus e da industrialização. Determinados produtos se deslocam de um país para outro não apenas como nutrição, mas como objetos de status. “Para os que dispõem de recursos financeiros, os feijões-verdes do Senegal e as cerejas do Chile, por exemplo, são apresentados nas prateleiras europeias em pleno inverno, no mês de dezembro” (Poulain, 2013, p. 27).

Além da função nutricional e satisfação da necessidade biológica, a alimentação representa a expressão de desejos, ideias, necessidades e conflitos humanos em épocas distintas. Não importa tão-somente o que ingerimos, mas onde comemos, com quem comemos e em que circunstância o fazemos. Somos influenciados pelo ambiente e pela cultura. O sistema estrutura alimentar não apenas é apresentada de forma a saciar as necessidades básicas imediatas. Como a cultura, e fazendo parte dela, é algo que foi sendo gestado por uma determinada sociedade e em espaços marcados, uma vez que não aconteceu do mesmo modo em todos os lugares. Apesar de ser parte da vida, a alimentação só passou a ser tema de pesquisa das ciências sociais a partir do século XX. Entre os autores clássicos que se interessam por essa temática, destaca-se Lévi-Strauss (2004) que investigou o simbolismo do processo de cozimento como manifestação arquetípica da passagem da natureza para a cultura. Ela ainda é compreendida como um fenômeno social total (Mauss, 2013).

No Brasil, destacam-se Câmara Cascudo (2014) e seus estudos acerca de iguarias e pratos brasileiros, ao investigar a alimentação popular em sua normalidade e Freyre (2014) com seu olhar sobre o açúcar na culinária e na economia nacional e modos à mesa como repressão da corporeidade e matriz do processo civilizador (Elias, 1994). Já em Lévi-Strauss (2004) a alimentação tem uma “gramática culinária”, com as etapas e cadeias alimentar: produção, distribuição, elaboração e consumo.

A gastronomia é consequência da modernidade (Fischer, 1979) e caracterizada, por três fenômenos concomitantes: uma situação de superabundância alimentar (i); a diminuição dos controles sociais (ii) e a multiplicação dos discursos sobre nutrição (iii). Assim, “é uma estetização

da cozinha e das maneiras à mesa, uma virada hedonista dos fins biológicos da alimentação; essa atividade é amplamente cercada por regras sociais e no exercício da qual somos condenados várias vezes por dia” (Poulain, 2013. p. 207).

Mas o que faz as pessoas escolherem determinados lugares para comer em uma cidade de médio porte como Campina Grande<sup>1</sup>? Que classe<sup>2</sup> frequenta os locais de restauração? Como consomem esses alimentos? O “bom para comer” passa pelo “bom para pensar”? São memórias que formam o gosto ou é o status e a distinção que o constitui? Se alguns membros da nova classe média campinense se autointitularam “comedores de Nutella” é que percebem uma nítida oposição aos “comedores de pão-com-mortadela”. Fica nítida a distinção entre alimento e comida.

Neste contexto, este estudo teve como objetivo principal compreender como esses restaurantes escolhem seus cardápios e como os frequentadores de restaurantes os elegem mediante os repertórios alimentares. Teria a gastronomia local passado por transformações para agradar o paladar dos comensais ou se estes procuram formas gastronômicas como uma experiência étnica ligada a valores, a tradições e ao gosto regional? Em busca desta resposta, foi elaborada uma lista de restaurantes, que foram distribuídos em três categorias: gastronomia global, regional e local. Desse modo, foi realizada uma pesquisa de campo em oito restaurantes da cidade de Campina Grande, no estado da Paraíba: um mexicano e outro japonês (tidos como gastronomia global); dois com gastronomia regional; dois vegetarianos e dois com gastronomia mista.

O presente trabalho está sistematizado em cinco seções, além dessas considerações iniciais. Primeiramente situaremos o tema da pesquisa no estado da arte, mostrando o aporte teórico que serviu de suporte para seu delineamento. Na sequência, foi descrita a metodologia e os instrumentos de coleta de dados utilizados, bem como a análise dos achados. Por fim, são tecidas as considerações finais.

## **CARDÁPIOS DE CLASSE**

A popularização dos restaurantes acontece após a Revolução Francesa como espaço para prestar os serviços aos novos detentores do poder (Poulain, 2013) uma burguesia que quer consumir como a aristocracia. Eles se tornam elementos cruciais da organização social, pois são espaços que oferecem comida a quem busca distinção, o reencontro com uma memória cultural ou simplesmente para saciar a fome. Se os restaurantes são espaços hedonistas para a elite emergente ou a aristocracia falida e para os novos comensais, quais regras deveriam valer? Era essencial ter

alguém para lhes ensinar as regras de etiqueta. Surgem os manuais de refinamento que ensinou plebeus a comer como aristocrata. Para Brillat-Savarin (2013), o gosto enquanto refinamento e domínio de capital está ligado à produção, à escolha e preparo daquilo que nos alimenta e que nos agrada.

O alimento é a substância que, introduzida no organismo, serve para a nutrição dos órgãos ou para a produção de energia. Já a comida não é simplesmente uma substância alimentar, mas sim um estilo de alimentar-se. Comidas cotidianas, prosaicas, que consideramos comuns, escondem histórias sociais e econômicas complexas. A classe não passa somente pela renda, mas pela formação do “gosto refinado”.

Para Souza (2012) “os filhos só terão a mesma vida privilegiada dos pais se herdarem também ‘o estilo de vida’, a ‘naturalidade’ para se comportar em reuniões sociais, o que é aprendido desde a mais tenra idade na própria casa com amigos e visitas dos pais” (p. 23). E ali aprendem o que é de *bom tom* e como evitar as gafes. Não é necessário apenas ter dinheiro, mas não bancar o rico “bronco”, sem ter passado pelo processo civilizador e ter aprendido as boas maneiras à mesa. A mesa foi muito importante para ditar as regras em sociedade (carregadas de significações). Saber se comportar à mesa é sinal de civilidade.

Distintas sociedades, em épocas diferentes, estabeleceram normas que regiam as relações entre os grupos e os indivíduos. “Naturalmente não se tratava de códigos jurídicos, quanto mais não fosse pelo fato de não emanarem de poderes legislativos institucionais [...] um código de boas maneiras, por superficial que possa parecer ou ser” (Romagnoli, 1998, p. 496). Ainda que de forma indireta, esses princípios estavam baseados em um modelo moral.

Assim, o ato de comer foi, por excelência, o lugar de sociabilidade e o espaço de comunhão entre a matéria (comida) e o espírito (refinamento social). Espaço comensal, desse modo, configurou-se como a exterioridade da etiqueta social e a interioridade da ética. Na transição do mundo feudal (monástico) para o capitalista, cuja principal divindade era o próprio capital, viver em sociedade e pertencer a determinada classe social passava por um refinamento quase monástico e o capital econômico era importante, mas não o único.

Os modos à mesa, além da alimentação e saúde física, serão pensados como a repressão da corporeidade e matriz do processo civilizador (Elias, 1994). Este muito importante, uma vez que destaca como o indivíduo se relaciona com a civilidade e esta envolve um conjunto de prescrições que permitem orientar seu comportamento social. Mas se não há mais os palácios e nem a vida nos mosteiros onde se aprende as regras sociais e os processos distintivos? São os restaurantes os novos locais de *status* da classe média e alta.

É importante reforçar, conforme já descrito, que classe não é apenas renda. Mas para fazer parte de uma classe de consumo que se distingue dos demais é preciso dominar alguns pré-requisitos do processo civilizador. Segundo Bourdieu (2007), a classe não é fixa, pode ser modificada no decorrer da história do indivíduo. A definição de classe acontece por relações simbólicas, isto é, a posição de classe transcende os aspectos simplesmente econômicos, por isso é importante ter uma partitura cultural e saber locomover-se por esses campos com desenvoltura.

Por isso mesmo, o restaurante se torna um lugar de reanimação de classe. O indivíduo se torna distinto, privilegiando a forma da ação em oposição a sua função real. A posição social é conformada com ações simbólicas. Ser visto e fotografado em determinado restaurante confere um *status* que é capaz de catapultá-lo na classe. Quando ele incorpora os hábitos desta classe e passa a vivê-los de forma como se tivesse aprendido desde a mais tenra idade, legitima-o em determina classe ou fração dela, “embora que esse capital cultural seja, muito frequentemente, mero adorno e culto das aparências, significando conhecimento de vinhos, roupas, locais ‘in’ em cidades charmosas da Europa ou dos Estados Unidos etc.” (Souza, 2012, p. 23). Não estou negando isso, pelo contrário, observei-o na pesquisa. Há todo um esforço *gourmet para* se descrever os ingredientes e saber sua origem.

## DEGUSTANDO OS INGREDIENTES PARA FORMAR GOSTO

A Europa do século XIX se cobre de restaurantes como palácios nos quais se vendem produtos para a legitimação e domínio do processo civilizador. Dominar a etiqueta social é ser distinto, reconhecido pelos pares e cultivar uma nostalgia da vida palaciana. Sendo assim, o restaurante é a corte revisitada. É nas cozinhas dos restaurantes que cozinheiros e *chefs* mantêm rituais e uma magia transformadora. Nessas novas catedrais góticas os *chefs*, novos sacerdotes e clientes, novos fiéis, descobrem uma nova fé.

Não se pode, contudo, perder de vista que a gastronomia que consome não é uma coisa autêntica. Mesmo aquela considerada local/regional foi modificada por um *menu* dito internacional, pela cozinha de autor, cozinha histórica e cozinha de fusão (Sampaio, 2009). A cozinha de autor é aquela que destaca outros produtos e testa paladares diferentes dos tradicionais. Além dos ingredientes, decora o prato de modo artístico para atizar o paladar do comensal ou apresenta refeições minimalistas e o cozinheiro assume o papel de um artista.

A interpretação do consumo de alimentos culturais mostra que em nenhuma sociedade foi tolerado comer qualquer coisa, em qualquer lugar, de qualquer maneira ou em qualquer momento. No restaurante ocorre o que Souza (2012) define como comportamento da classe média: o processo

de identificação afetiva para “imitar aquilo ou a quem se ama – se dá de modo ‘natural’ e ‘pré-reflexivo’, sem mediação da consciência, como quem respira ou anda, e é isso que o torna invisível quanto extremamente eficaz como legitimação do privilégio” (p.24).

É importante salientar que quando falamos em gosto, não nos referimos à fisiologia orgânica. Ou seja, não nos referimos a novos conhecimentos da fisiologia humana, apresentando o consumo alimentar, mas ao paladar, que mobiliza os outros quatro sentidos de modo a produzir uma complexa noção de “gosto”. Assim sendo, é preciso saber qual o critério que sinaliza para escolher comer determinada coisa e não outra.

Brillat-Savarin (1995) afirma que “o gosto é aquele de nossos sentidos, que nos põe em contato com os corpos sápidos, tem por excitadores o apetite, a fome e a sede” (p. 41). Nesse sentido, o que é uma comida saborosa para uns não passa de uma coisa escatológica e repugnante, para outros. Para Bourdieu (2003), o gosto é uma “propensão e aptidão à propriedade material e/ou simbólica de uma categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida” (p.74).

Em outra vertente, admite-se que as boas maneiras à mesa, conforme Romagnoli (1998), não têm apenas que ver com o preparo da comida, mas com todo o conjunto de modos de ser e estar no mundo a partir do século XV, entre elas estão o controle de gestos, sons e cheiros. Ao mesmo tempo em que o indivíduo aprendeu uma nova etiqueta de como se portar à mesa, além de domar antigos hábitos. Esse *ethos* transformou a sociedade e proporcionou uma nova configuração.

A etiqueta foi responsável pela sofisticação de controle das pulsões e emoções que ajudou a tecer a rede civilidade e proporcionar a formação específica. Ao mesmo tempo em que as exigências sociais deveriam ser seguidas por aqueles que quisessem manter seu *status* na sociedade. Quem desejasse alcançar méritos e chegar a ter benesses deveria compreender a partitura e incorporá-la tal qual quem dança uma valsa e deve acompanhar o compasso do consorte, mas sem perder o ritmo da música. A etiqueta enquanto estrutura sinalizava o comportamento da classe dominante. O *habitus* é sua legitimidade em relação àqueles que estavam em uma classe inferior. Ao mesmo tempo em que era uma forma de justificar a dominação.

A relação com os alimentos e com as bebidas passa inevitavelmente pelo gestual: servir-se, levá-los à boca, mastigá-los, cortá-los, oferecê-los ou recebê-los. Portanto, dominar a etiqueta é dominar um refinamento e incorporá-lo ao cotidiano (Romagnoli, 1998). Logo, frequentar os restaurantes da moda é navegar por uma classe e legitimar-se como pertencendo a ela não mais a sua de origem nem ainda aquela almejada. Mas a transição de onde se quer chegar. A mesa na companhia desses comensais é a busca “consciente ou inconsciente da distinção que toma inevitavelmente a forma

de uma busca do refinamento e pressupõe o domínio das regras desses jogos de refinados que são monopólio dos homens cultivados de uma sociedade” (Bourdieu, 2007, p. 21).

Não apenas a diferenciação do capital cultural ajuda a criar classes distintas, como também o capital cultural é usado constantemente como mecanismo de distinção social. Assim, o gosto “refinado” legitima quem é detentor e parte para desprezar as classes com gosto supostamente “simples”. Esse tipo de preconceito e solidariedade com base no gosto é uma forma moderna de consciência e solidariedade de classe que ajuda a reproduzir o privilégio, visto por muitos como direito adquirido, quando muito apenas como direito.

O homem é um animal simbólico e como tal é nutrido por esses símbolos, pois ele não ingere apenas comida. Dito isso, colo a gastronomia e culinária como atos simbólicos que unificam substratos aparentemente dissociados. E incorporar esses símbolos é vivê-los cotidianamente. Atualmente, percebe-se que, diferentemente dos manuais do século XVIII e de cursos de etiqueta social comuns até a década de 1990, agora são os programas televisivos e a literatura especializada que têm ajudado os *gourmets* modernos a desenvolverem critérios para reconhecer esses manjares e que não fiquem entregues a voos cegos sobre o que está ocorrendo a sua volta. Do mesmo modo, tornaram-se comuns, com salas cheias, cursos de *sommelier* tanto de vinho quanto de cervejas finas como uma forma de erudição e incorporação do *habitus* da classe dominante (Bourdieu, 2013).

Com a comida e espaços de socialização não é diferente. A escolha por cardápios determinados e por locais onde esses são servidos passa pela legitimação e mesmo pela visibilidade que esses restaurantes dão aos comensais, independentemente se os *menus* são regionais, locais ou mesmo internacionais. O espaço de socialização é mais importante que o repertório gastronômico. Do mesmo modo, o gosto é valorizado não pelo repertório alimento do estabelecimento, mas pelo *status* que esse restaurante representa na sociedade campinense. Pode gostar daquilo que um colaborador chamou de “comida grosseira, regional”, mas se essa for servida em um restaurante de destaque, ele passa a ser considerado um homem refinado.

Mas não é tão simples assim. A cozinha está sujeita às fronteiras riscadas pelo costume de milênios sem que nos demos conta. A “cozinha internacional” é apenas uma rede comunicante de padrões alimentares equivalentes, imutáveis dentro de cada unidade demográfica e transmissível, construindo novidades ao grupo adquirente (Câmara Cascudo, 2011). Dizer que uma cozinha é internacional é espetacularizar um fenômeno que deveria ser natural aos indivíduos comuns. Mas também é dizer que já dominamos a gramática internacional e estamos aptos a incorporar um nível mais sofisticado que não apenas o costumeiro feijão com arroz.



## METODOLOGIA

A pesquisa aqui apresentada é fundamentada pelo método etnográfico, delineada na forma de levantamento de campo. Utilizamos a observação participante, complementada com ferramentas metodológicas: conversas informais e entrevistas semiestruturadas com participantes de oito restaurantes de Campina Grande, segunda maior cidade do Estado da Paraíba.

Já nas primeiras considerações, foi possível perceber que a gastronomia se articula com as manifestações culturais mais próximas ou distantes, sem que o sujeito abra mão de identificações anteriores. Seja ela local, regional ou global é uma forma de distinção social. Sendo assim, enquadra-se na ideia de *habitus* de Bourdieu (2013) que compreende que os atores sociais estão inseridos em determinados campos sociais, de posse de certos capitais e num posicionamento com sua classe. Dominar os códigos é possuir um capital que os distancia ainda que pertençam à mesma classe social, mas venham de culturas de diferentes.

A classe não é categoria e nem estrutura fixa. É fenômeno histórico atravessado por uma relação histórica que foi sendo construída e os indivíduos foram se identificando ou não durante o processo (Thompson, 1978, p. 10). Se o posicionamento é vivência, os hábitos vão sendo construídos nela, pois “a noção de classe traz consigo a noção de relação histórica. Como qualquer outra relação, é algo fluido que escapa à análise ao tentarmos imobilizá-la, num dado momento e dissecar sua estrutura”. Portanto, a classe é definida pelos homens enquanto lutam, trabalham, comem e bebem.

Alguns restaurantes foram visitados três ou quatro vezes para a pesquisa. Foram entrevistados, ao todo, XX pessoas, entre frequentadores e donos dos restaurantes. As entrevistas giravam em torno das escolhas de cardápios, repertório alimentar e das escolhas dos restaurantes, quando foram classificados como de mesma tipologia. Foi questionado aos frequentadores dos restaurantes se saberiam classificar que tipo de alimentação estavam consumindo e por que escolhiam determinadas comidas. No entanto, os comensais respondiam vagamente ou não haviam pensado nisso anteriormente e falavam de suas memórias a partir da indagação.

As observações constataram que os restaurantes servem um público que não sabe exatamente quem é, aproximando-se de Câmara Cascudo (2011, p. 14), quando diz que a comida constitui um “alicerce de patrimônios seletivos no domínio familiar”. Mas não percebiam que os gostos podem ser cimentados por séculos e rememorados pelo *marketing*. Os hábitos não se transformam com a mesma facilidade de mudança da moda, do vestuário, ou de transporte. Para o comensal escolher a comida ou local no qual vai comer tem que ter um repertório cultural já adquirido. A este modo de pensar, de sentir e a esse gosto Bourdieu (2013) chamou de *habitus*. Sem ele não



haveria a classe que frequenta os restaurantes campinenses.

Em um dos restaurantes pesquisados, os pratos têm nomes de celebridades ou de famílias de sobrenomes duplos. Serve para marcar “a sofisticação mostrando que ali é um espaço frequentado por gente da alta classe”, como disse, de forma irônica, um dos participantes. Para atrair gente “bem-nascida” ou que emergiu socialmente é importante elaborar um bom cardápio que não só depende dos ingredientes.

Durante a investigação, foi observado que dois restaurantes têm cardápios pensados para públicos específicos: os dois vegetarianos. Um deles é ligado a uma corrente religiosa (Hare Krishna) e outro a uma corrente cristã (Adventista). Porém, tanto um quanto outro, atraem públicos que não professam a fé dos proprietários. Os frequentadores dos dois restaurantes são atraídos justamente pelo *menu*, já que são muitos simples e não conferem *status* de classe elevada. Não são espaços para público com alto poder aquisitivo. Há um público diferenciado, que refinou o *gosto* e faz parte de uma distinção, pessoas com hábitos de leitura e musicais.

Em um dos restaurantes (japonês), a proprietária não elabora um cardápio levando em consideração apenas os ingredientes, mas é sabedora do valor agregado que o nome de sua marca tem. Gaba-se por ter os produtos mais caros da cidade. Ela sabe, mesmo sem ter lido Souza (2012, p. 40), “que o controle econômico pressupõe o exercício de uma dominação cultural e simbólica que lhe é concomitante”. Há, claramente, uma violência simbólica como os frequentadores de cardápios orientais, mas que não podem pagar o preço cobrado por ela. Como é um restaurante por quilo, o toque de “sofisticação” está no ambiente que apresenta para os comedores e técnica dos *sushimans*.

Novamente a oposição aqui não é entre pobres e ricos, mas quem tem e não tem refinamento, mesmo que não seja um frequentador habitué como, como o é um cliente de um dos restaurantes das Bobinas, onde também há restaurantes orientais populares (chinês). Um de colaboradores disse que além da apresentação dos produtos ela sabe que ali estão as melhores matérias-primas. E sabe “que os funcionários estão sempre dispostos a modificarem uma das receitas”, pois sabem que ela não come camarão e o retiram do que lhe é servido. Ao mesmo tempo, diz perceber os produtos frescos. Ou seja, interiorizar um determinado repertório não é assimilar tudo dessa cozinha; há coisas que não se incorporam.

Um restaurante possui cozinha mista, mas com ênfase para os pratos da cozinha internacional, inclusive com um *menu* sofisticado. Tem apostado numa carta que atenda a um público de maior poder aquisitivo. Embora tenha um cardápio parecido com os de outros restaurantes, agrega valor a eles com nomes de pessoas importantes da cidade ou de celebridades e políticos, frequentadores

*habitués* de suas mesas. Outro cuidado desse restaurante é descrever em detalhes os componentes do prato. Além disso, oferece uma boa carta de vinhos e é um dos poucos da cidade que aceita reserva antecipada. Ora, supondo que um operário precariado tivesse um grande acréscimo de seu salário e quisesse, por mero *status*, ir a este restaurante será que ele teria condições de escolher um vinho importado ou um prato apenas pelo enunciado de apresentação? É pouco provável.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

51

A partir das observações e falas dos entrevistados, é possível perceber que é movido pelo prazer ou pela união do *marketing* com a propaganda, que os restaurantes campinenses oferecem seus *menus* e aos comensais que os desejam frequentar. Com exceção dos proprietários dos dois vegetarianos, que não se preocupam exatamente com uma clientela variada, os outros tentam seduzir seus clientes, a partir de uma gama de produtos, com cardápios elegantes, fotos de pratos montados e divulgação constante na mídia.

O repertório do restaurante mostra que as pessoas estão familiarizadas com as normas e condutas ali incorporadas como *gosto*; ao mesmo tempo, é o espaço de comemoração, que marca a passagem para outras fases da vida adulta. “Vamos ao restaurante em uma data especial, aniversários, por exemplo, e também para comemorar uma conquista, como a graduação ou defesa de trabalho de conclusão”, destacou um dos informantes. É, principalmente o espaço onde se aprender a comer tal acepipe e confirmam se sabe comê-la como mando o figurino. É justamente aquilo que se come e onde se faz que marca os pertencentes a um círculo social.

Os colaboradores desta pesquisa prefeririam comer em ambientes mais simples e o fazem em um restaurante conhecido e legitimado pela sociedade, uma vez que o ato agrega símbolos que vão além da comida. A forma como os restaurantes são pensados também tem a ver com distinção. E distinguir está relacionado intimamente com civilidade, pois envolve um conjunto de prescrições que permitem orientar o comportamento do homem em sociedade (Elias, 1994), diferenciando as camadas superiores das inferiores.

Em Campina Grande, cidade que vive “entre o ego de uma capital” e a singularidade da província, ter espaços de ostentação e de reconhecimento é legitimar o *bom gosto* e este passa pelos restaurantes. O “refinamento” não tem que ver apenas com renda, mas com os capitais incorporados, com um *ethos* formador da interioridade. Com isso, vê-se crescer a chamada cozinha de autor, com o nome do chef adquirindo e promovendo status. Este tipo de cozinha retira da cena a confraternização para trazer o espetáculo. *A priori* é esse espetáculo que alguns frequentadores

campinenses procuram para fugir do trivial da cozinha regional, ou da “cozinha grosseira”, como destacou um participante.

Outro entrevistado disse que sabe que o valor da comida é “salgado” e o ambiente é, até certo ponto, hostil. Admite que “o sabor pode ser modificado justamente pelo ambiente”. Foi fisgado por aquilo que Brillat-Savarin (1995) chama de fisiologia do gosto: a influência dos outros sentidos no sabor. Confessa ainda ser seduzido pela disposição da comida no prato, pela decoração, pelos elementos da gastronomia, que transmitem a sensação de que, ali, se tem bom gosto, critérios para se “reconhecer o melhor”. Isso talvez seja o desenvolvimento de uma partitura gustativa e a liberdade de poder comparar o melhor entre alimentos únicos ou assemelhados, levando em conta ainda a situação social do consumo. Tudo influenciou na fisiologia de seu gosto. Ou mesmo já tenha internalizado o *habitus* de classe. Assim, ele sabe sem a mediação da consciência que a gastronomia é um ato de julgamento, o seu. Da mesma forma, cabe dizer que o referido restaurante tem uma proposta de iniciar as pessoas ao “refinamento” da classe média em busca de ascensão social. Fica nítido que esse modelo serve para a construção e alimentar a dinâmica das classes. “Como é o pertencimento às classes sociais que predetermina todo o acesso privilegiado a todos os bens e recursos escassos que são o fulcro da vida de todos nós 24 horas por dia” (Souza, 2012, p. 22). Essa *mise-en-scène* encobre a reprodução e legitimação dos privilégios, fazendo com que quem esteja ali perceba que frequenta aquele espaço porque batalhou e merece o seu lugar ao sol.

Há outros dois restaurantes tidos como tradicionais que formam seus *menus* justamente com o objetivo de congelar uma tradição. Em um deles há até um pequeno museu, no qual o comensal possa se sentir na casa da avó, nos locais de suas férias de infância e ao voltar à mesa, saborear esse tempo. Além de manterem os nomes “tradicionais”, inclusive com grafia desviante da norma padrão, dizem usar produtos “originais” que lembram as denominações origem, como os *terroirs* franceses.

É como se os cardápios fossem montados para reterritorializar as pessoas no tempo e no espaço. Uma entrevistada disse que ir ali a “aproxima daquele sabor de sua infância”, ainda que não seja o mesmo sabor que tem em sua memória gustativa, o espaço a faz lembrar-se de sua infância. Ela se lembra até dos utensílios que eram usados para preparar os alimentos e em que eram servidas as comidas de sua primeira infância. Então, aquele espaço alimenta não apenas seu corpo, mas sua alma e suas memórias, ao mesmo tempo em que desencadeia coisas que já haviam saído do consciente e ido para o inconsciente. Ela chegou a se emocionar durante a entrevista.

Mas ela é incapaz de fazer uma leitura crítica daquele espaço ou de sua condição de classe média. Quando se oculta a classe social, quem serve e quem é servido, suprime-se as causas das

desigualdades, então se coloca o mérito. E seu mérito está em frequentar um espaço tal qual a casa de sua avó, onde adquiriu o *habitus* de sua classe. Assim, o que vale é o resultado, não se discute nem as causas nem as consequências de uns terem o bom gosto e outros não poderem usufruir do mesmo espaço. Quando se perde isso, perde-se também a dimensão simbólica de nossas ações.

Os frequentadores foram questionados se saberiam classificar o tipo de alimentação que encontravam naquele restaurante. Essa escolha passa por uma clivagem cultural? O hábito constituído como o “bom para comer” (Harris, 1989) se transforma em “bom para pensar” (Lévi-Strauss, 2004)? Quando indagados, confundiram o local com o regional e não souberam responder, se em Campina Grande havia algum restaurante com uma gastronomia que só existia na Paraíba. Na verdade, talvez eles nunca tivessem se perguntado sobre a origem de suas comidas. Sabiam apenas o que gostavam e o que não gostavam. Dos espaços que gostavam e o que significava aquele lugar. Até sabiam como aprenderam a gostar a partir da socialização que passaram ter nos últimos anos. Tanto pelo acesso a novas cozinhas quanto pelo próprio aumento no nível de renda e, por isso mesmo, estavam experimentando novos sabores e saberes.

Uma coisa verificada na incursão pelos oito restaurantes corroborou com a hipótese que havia sido levantada antes: preferências alimentares não são problemas de foro individual. Os gostos e formas de pensar compartilhados por um grupo social são culturais. Nesse contexto, o local o regional ou mesmo o global passa pelo crivo cultural e como nos relacionamos com o outro. Do mesmo modo, essas escolhas relacionam-se com o imaginário, com manifestações culturais ou com regras religiosas. Enquanto dois dos entrevistados são neófitos assumidos, dizendo que experimentariam todos os tipos de comida que não fossem cruas, uma colaboradora da pesquisa disse que não tem nenhuma simpatia por comida mexicana. Indaguei se ela teria coragem de experimentar e ela fez uma cara de nojo, respondendo negativamente, mesmo sem nunca ter provado. Mas se fosse um restaurante alemão ou belga? Essa repulsa aconteceria?

Quando questionados qual o critério de *gosto* quanto aos restaurantes campinenses, os participantes deram diferentes respostas. Uns não se sentiriam bem em um restaurante vegetariano, por exemplo. Como Campina Grande é uma cidade cosmopolita e recebe gente de várias partes do Estado e mesmo de todo país, pode ser que a rejeição aos vegetais seja cultural. O sertanejo, devido às condições climáticas e à cultura de herança portuguesa, não é muito apreciador de verduras e legumes crus. Alguns até dizem que não “eram lagartas para só comer folhas”.

Durante a investigação, algumas pessoas afirmaram que uma dieta sem carne ou feijão não os nutririam. Um restaurante vegetariano não as agrada. Contudo, essa prática tem mais que ver com os períodos de escassez que essas pessoas viveram quando crianças. Ter carne era ter fartura,

assumir uma dieta sem carne é uma resignação, enquanto ter carne é assumir a abundância e estar em uma classe abastada.

Os que se mostraram carnívoros convictos não são muito simpáticos aos cardápios orientais, com peixes crus. Como disse Lévi-Strauss (2004), a comida é um articulador entre a cultura e a natureza, é a forma de produzir uma gramática cultural nos indivíduos. A alimentação é uma teia simbólica de autodesignação feita e refeita a partir de traços culturais que pertencem a um repertório mais ou menos limitado. A alimentação é um traço identitário, uma maneira de compartilhar formas de viver em determinado grupo, pois o homem também se alimenta de símbolos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A alimentação saiu do cenário de carência nutricional e de fome para objeto de análise em momentos de superabundância e diferenciação de consumo. Da esfera da geografia, da economia e das ciências da nutrição, para o campo das Ciências Humanas e Sociais. O restaurante se torna uma janela aberta para o mundo de onde podemos observar o consumo disputado por *gormands* e *gourmets* com formações culturais diferentes. Frequentar determinados restaurantes é cruzar barreiras e escolhas, mediadas pela identificação momentânea e pelas identidades culturais.

O *habitus* expresso em um estilo de vida é resultado de um capital cultural herdado, incorporado desde a infância e constitui-se em uma dada disposição interiorizada, que se reproduz em condições de existência liberadas de urgência e pode ser reconvertido em novos capitais. Não é definido por poder aquisitivo, mas sim por instrumentos de apropriação transmitidos, que resultam em um poder simbólico próprio das camadas dominantes e, portanto, reconhecido pelas camadas populares com um *status* até invejável.

Escolher se o que se vai levar à mesa ou se a um ritual de socialização aciona os mecanismos mais profundos do ser humano, caracteres impressos no seu inconsciente e que se renovam em cada refeição, pois os rituais alimentares são excelentes espaços de socialização e transmissão das regras culturais. Pois apesar de ser uma única espécie temos uma infinidade de estruturas alimentares tão diversas quantas povos temos. O que pode ser visto como a mais alta iguaria em uma determinada cultura pode ser considerada como a coisa mais abjeta em outra. Para incorporar esse consumo simbólico é preciso transitar pelo status e pela classe. Os restaurantes, como novos templos, com rituais, novos livros sagrados e os chefs como sacerdotes são um bom exemplo de como o gosto é aprendido e “refinado”.

Do mesmo modo que articula adaptações e relações com manifestações culturais mais próximas ou distantes, geográfica ou culturalmente, sem que o sujeito abra mão de identificações anteriores.

A gastronomia, seja em Campina Grande seja em Nova Iorque, com seus rituais sofisticados é uma forma de distinção social. Assim, dominar esses códigos é construir um capital social que distancia os indivíduos. Mas também pode aproximá-los se eles entendem as novas linguagens, sua sintaxe e incorporam no espírito (cultura) enquanto alimento o corpo (a comida).

Se comer nunca foi um ato isolado, agora comer é, além de tudo, um ato político. Envolve o caráter, social, cultural e econômico. Compreender a culinária de um povo contribui para pensar as negociações entre alimentos, práticas de cozinha e etiqueta à mesa. Esse código de civilidade serve para expressar formas muito particulares de atribuir significados aos próprios sentidos humanos, como fome, paladar e mesmo o gosto que é produzido não apenas a partir do paladar. Saber o que o outro come e pensa é uma forma de descobrirmos o que pensamos também.

## REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P. (2013). *A Distinção: crítica social do julgamento*. 2 eds. Porto Alegre: Zouk.
- Bourdieu, P. (2007). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007
- Bourdieu, P. (2003) "Gostos de classe e estilos de vida". In: ORTIZ, R. (org.). *A Sociologia de Pierre Bourdieu*, São Paulo: Olho d'Água.
- Braga, R. (2012) *A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista*. São Paulo: Boitempo.
- Câmara Cascudo, L. (2011). *História da Alimentação no Brasil*. 4 ed. São Paulo: Global
- Elias, N. (1994). *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Vol. 1 Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Fischler, C. (1979) Gastronomie et gastroanomie In: *Communications*. La nourriture. Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation, (31), 189-210.
- Freyre, G. (2013) *Casa Grande e Senzala: formação da família brasileira sob o regime patriarcal*. 52 ed. São Paulo, Global.
- Harris, M. (1989) *Bueno para comer*. Madrid: Alianza.
- Lévi-Strauss, C. (2004). *O cru e o cozido*. Mitológicas, 1. São Paulo: Cosac & Naify.
- Mauss, M. (2013). *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. São Paulo: Cosac & Naify.
- Poulain, J. P. (2013). *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. 2. ed. Florianópolis: Edufsc

Romagnoli, D. (1998). *Guarda no siii vilan: as boas maneiras à mesa*. In: Flandrin, J.L & Montanari, M (Org.). *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade.

Sampaio, F. (2009). A gastronomia como produto turístico. In: *Exedra*, nº temático – Turismo e Património, 119-113. <http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/06-sampaio-134.pdf>.

Souza, J. (2012). *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Ed. UFMG.

Standage, T. (2010). *Uma história comestível da humanidade*. Rio de Janeiro: Zharar Ed. 2010.

Thompson. E. P. (1987). *A formação da classe operária*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

#### Informações do Artigo / Article Information

**Recebido em:** 07/06/2022

**Received on** June 07th, 2022

**Aprovado em:** 11/07/2022

**Accepted on** July 11th, 2022

**Publicado em:** 30/08/2022

**Published on** August, 30th, 2022

**Conflitos de Interesse:** Os(as) autores(as) declararam não haver nenhum conflito de interesse referente a este artigo.

**Conflict of Interest:** None reported.

**Avaliação do artigo:** Artigo avaliado por pares.

**Article Peer Review:** Double review.

**Agência de Fomento:** Não tem.

**Funding:** No funding.

#### Como citar este artigo / How to cite this article

##### APA

Sales, J. & Barbosa, T. R. (2022). A alimentação como formação do gosto em restaurantes de Campina Grande-PB. *Rev. Mult. Amapá - REMAP*, 2 (1), 42-56.

##### ABNT

SALES, J.; BARBOSA, T.R. A alimentação como formação do gosto em restaurantes de Campina Grande-PB. *Rev. Mult. Amapá - REMAP*, Macapá, v. 2, n.2, 2022.



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

<sup>1</sup> Conforme IBGE (2010) população de 385.213 habitantes. [www.cidades.ibge.gov.br](http://www.cidades.ibge.gov.br).

<sup>2</sup> O conceito de classe que norteia este trabalho é a classe como *habitus* em Bourdieu (2013) e classe como incorporação imaterial e capitais simbólicos em Souza (2012).