



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

ESCOLA DA NUTRIÇÃO

CURSO DE GASTRONOMIA

DANIELA DA SILVA CASTRO

Comida di Buteco:

A INFLUÊNCIA DO CONCURSO NA CULTURA DE BAR EM SALVADOR

Salvador

2016

DANIELA DA SILVA CASTRO

Comida di Buteco:

A INFLUÊNCIA DO CONCURSO NA CULTURA DE BAR EM SALVADOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharela em Gastronomia.

Orientador: Prof. Dr. Vilson Caetano de Sousa Júnior

Salvador

2016

“Um povo sem o conhecimento da sua história, origem e cultura é como uma árvore sem raízes”

(Marcus Garvey)

RESUMO

CASTRO, Daniela. *Comida di Boteco: a influência do concurso na cultura de bar em Salvador*. Trabalho de Conclusão de Curso, Escola de Nutrição, Universidade Federal da Bahia.

Este trabalho se propõe a observar de que maneira o festival *Comida di Boteco*, evento de gastronomia originário de Belo Horizonte e há nove anos presente na capital baiana, contribui para a criação e/ou consolidação de uma cultura de bar em Salvador. A partir de revisão bibliográfica e aplicação de entrevistas e questionários, caminhamos para a conclusão de que o CDB vem promovendo um reposicionamento dos proprietários de bares, bem como uma mudança de comportamento do público. Tais transformações são motivadas pela ressignificação dos conceitos de boteco e comida de raiz, que ganham contornos de sofisticação para minimizar preconceitos arraigados e atrair uma clientela de maior poder aquisitivo.

Palavras-chave: Gastronomia. Cultura. Bar. Comida de boteco. Boteco. Festival *Comida di Boteco*. Salvador.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
CAPÍTULO 1 – CONTEXTUALIZAÇÃO E METODOLOGIA	6
CAPÍTULO 2 – REVISÃO DE LITERATURA	12
CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DOS RESULTADOS	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS.....	37

INTRODUÇÃO

Nosso objeto de pesquisa é o *Comida di Buteco*, que surgiu na cidade mineira de Belo Horizonte em 2000 e atualmente está presente em 20 cidades brasileiras, se auto-intitulando maior concurso de comida de raiz do Brasil. Em Salvador, o CDB está presente desde 2008 e, desde então, parece exercer um papel importante na ressignificação do próprio conceito de “boteco” e da relação do público com a comida e a cultura típicas desse ambiente.

Esta pesquisa se justifica pela curiosidade de investigar o evento como um fenômeno gastronômico e, ao mesmo tempo, sócio-cultural, que inscreve a chamada “comida de raiz” em um universo diferenciado, antes associado apenas à alta gastronomia. O desejo de aprofundar a investigação é motivada, em grande parte, por impressões pessoais colhidas desde a chegada do *Comida di Buteco* a Salvador, época que coincide com o início da especialização desta pesquisadora em jornalismo gastronômico. Também colabora para justificar tal interesse a atuação da pesquisadora como jurada do concurso, entre 2010 e 2015.

O objetivo geral deste trabalho é investigar em que medida o concurso *Comida di Buteco* influencia a formação ou consolidação de uma “cultura de bar” na cidade de Salvador. Entre os objetivos específicos, podemos destacar: determinar o perfil do concurso *Comida di Buteco* quanto à organização, dinâmica de funcionamento, patrocínio, escolha do tema, seleção dos bares participantes, convite dos jurados e política de premiação; mapear o “movimento” do concurso e seu histórico de crescimento; ponderar o conceito de “boteco” difundido pelo concurso, levando em consideração as diferenças culturais entre as cidades onde ele está presente; examinar se/como o concurso promove uma ressignificação da chamada “comida de raiz”; observar como o concurso se relaciona com a cultura alimentar urbana da cidade de Salvador.

Para dar conta de seus objetivos, este trabalho se detém sobre a edição de 2016 do evento, realizada em Salvador entre 15 de abril e 15 de maio. A dissertação inicia seu percurso com um capítulo que traz um apanhado histórico do evento estudado e apresenta a metodologia utilizada. O segundo capítulo é dedicado a uma revisão de literatura que dialoga com outros autores sobre conceitos balizadores como cultura, cultura de bar, gastronomia e comida de raiz. O terceiro e último capítulo apresenta uma análise dos dados obtidos durante a pesquisa. À luz desses resultados, retomamos os temas postos ao longo do trabalho para chegar às considerações finais.

CAPÍTULO 1 – CONTEXTUALIZAÇÃO E METODOLOGIA

Neste primeiro capítulo, faz-se necessário situar o leitor quanto ao objeto de pesquisa, apresentando um histórico do concurso *Comida di Buteco* e contextualizando o evento na história recente do Brasil.

O início da trajetória do CDB remete ao ano de 1999, quando, numa festa de final de ano da extinta Rádio Geraes, com sede na cidade de Belo Horizonte, o então produtor do programa *Momento Gourmet* – Eduardo Maya – propõe a João Guimarães, proprietário da emissora, e Maria Eulália Araújo, gerente de marketing e comercial, a criação de um evento valorizando a cozinha de raiz e os botecos da capital mineira. Com apoio financeiro e de mídia da Rádio Geraes e batizado de *Comida di Buteco*, nasceu o primeiro concurso dedicado exclusivamente aos botecos brasileiros.

Tentando associar esse dado ao contexto histórico do País, vale destacar que, dentre os acontecimentos que marcaram a década de 1990 no Brasil, não podemos esquecer a estabilização da economia e a consolidação da política de importações, que exerceram reflexo importante em diversas outras searas da sociedade. Uma delas foi a gastronomia, que começou a ensaiar passos mais firmes graças à maior facilidade de acesso a ingredientes importados. Junto com os insumos, também vieram de fora os chefs de cozinha, especialmente os franceses, que introduziram a técnica que faltava aos cozinheiros brasileiros.

Conceitos como “alta gastronomia” passaram, então, a ser construídos aqui, lado a lado com novos paradigmas de “gosto” e de “bom gosto”. A boa gastronomia era aquela que carregava a pompa da *nouvelle cuisine* de Paul Bocuse, com receitas inventivas apresentadas em porções diminutas e finamente decoradas. Escusado dizer que, a despeito da abertura das fronteiras, os prazeres da boa mesa no Brasil daqueles anos ainda era exclusividade de poucos.

Entretanto, se dermos um salto para os anos 2000, ano em que o concurso *Comida di Buteco* realizou sua primeira edição, percebermos as nuances de um novo passo na gastronomia brasileira. A introdução do tema em programas de televisão colabora para a divulgação da profissão de chef, sendo que alguns são alçados à categoria de celebridades. O assunto também passa a movimentar a máquina do mercado editorial, de onde surgem cada vez mais livros e periódicos ocupados com a divulgação da gastronomia em suas dimensões históricas, sociais, culturais, comunicacionais.

A primeira década do século XXI também encontra a rede mundial de computadores a serviço da publicização do tema que, pouco a pouco, deixa de ser um universo restrito a especialistas abastados. Some-se a isso o acolhimento da gastronomia pela Universidade, que eleva a área ao posto de ciência, alocando-a em cursos de graduação tecnológica, bacharelados e pós-graduações. Trata-se, portanto, de um terreno fértil para a democratização do saber gastronômico.

Este novo cenário serve de pano de fundo para o surgimento de uma gastronomia brasileira contemporânea, cujo movimento segue no sentido de valorizar a comida e o comer nacionais, numa onda de exaltação da “culinária de raiz”. A tendência, portanto, dialoga com o concurso, que realiza sua primeira edição em 2000, com 10 botecos participantes, já com retorno positivo de público e crítica.

De acordo com o que está explícito em sua missão, o objetivo do *Comida di Buteco* “é transformar vidas através da cozinha de raiz, isto é, a comida caseira”, considerando que o lugar fora de casa mais autêntico para encontrá-la é o boteco.

Para os organizadores do concurso, o conceito de “boteco de verdade” é aquele em que o dono e sua família trabalham diariamente. Geralmente são ambientes informais em que o garçom conhece os clientes pelo nome e tem petiscos feitos a partir de receitas de família. Por esta razão, são vetados do concurso os bares que pertençam a franquias, redes, grandes grupos ou que possuam apenas sócios investidores.

Para termos uma idéia da dinâmica do concurso, a seleção ocorre através de indicações no site oficial (www.comidadibuteco.com.br), redes sociais, imprensa e pesquisas da equipe. Os indicados passam por um primeiro filtro de pertinência ao conceito, com várias perguntas e observações “in loco” e após vencida essa etapa, o dono do boteco é convidado a participar oficialmente, conhecendo as regras e atividades que fazem parte do concurso. Caso ele aceite, há uma validação final da equipe *Comida di Buteco*.

De acordo como o regulamento, cada boteco cria um tira-gosto para participar. Os petiscos concorrentes não podem se repetir, nem entre os botecos e nem nos dez anos seguintes. Público e jurados avaliam quatro critérios: tira-gosto, higiene, atendimento e temperatura da bebida. O peso do júri e do público é de 50% cada. Após apuração realizada pelo Instituto *Vox Populi*, é eleito o melhor boteco da cidade.

O próximo momento de relevância da história do concurso se dá em 2005, quando a Rádio Geraes é extinta e o evento se torna independente, dando vida à empresa *Comida di Buteco* Produções Gastronômicas LTDA. Aqui, é preciso destacar que o termo “buteco” é utilizado pelo concurso como marca. Aos nos referirmos a bares de um modo geral, utilizaremos

sempre termo “boteco”. Nessa época, o evento já era considerado o maior concurso do gênero do Brasil. Dois anos depois, o reconhecimento internacional se consolida com uma citação no jornal New York Times.

O ano de 2008 também marca a evolução do CDB, na medida em que inicia sua expansão por outras cidades brasileiras consideradas de “vocação botequeira”. Assim, Rio de Janeiro, Goiânia e Salvador entram no concurso. Em 2010, mais cidades participam: Ipatinga, Montes Claros, Poços de Caldas, Uberlândia, todas no interior de Minas Gerais, além de Campinas, Ribeirão Preto e Rio Preto, no interior paulista. Em 2011, outros quatro municípios passaram a sediar o concurso: Belém, Fortaleza, Juiz de Fora e Manaus. Em 2012, o *Comida di Buteco* chega a São Paulo, maior cidade do Brasil, com 50 botecos participantes.

Em 2013, o concurso está presente em 16 cidades brasileiras, investindo no reconhecimento de seu papel de divulgação da cozinha de raiz. Em 2014, uma edição comemorativa marca os 15 anos do evento. Em 2015, pela primeira vez, o CDB está presente em todas as regiões do Brasil, com quatro novas cidades, Brasília, Curitiba, Porto Alegre e Recife, totalizando 20. Nesse ano, o concurso se propõe a inovar, estabelecendo frutas como tema obrigatório em todas as praças – até então, cada edição girava em torno de um ingrediente obrigatório, escolhido de acordo com as características da cozinha de cada região.

Por fim, em 2016, pela primeira vez o concurso estabelece tema livre para os tira-gostos concorrentes em todo o Brasil. É a primeira vez também que a disputa ganha dimensão nacional, com a eleição do “Melhor Buteco do Brasil”. Este ano, o concurso foi realizado no período de 15 de abril a 15 de maio. De acordo com os organizadores, foram mais de 500 botecos participantes em 20 cidades, 350 mil tira-gostos vendidos, 450 mil votos computados; quatro milhões de participantes nos bares.

Metodologia

Para se aproximar de resultados mais concretos, esta pesquisa foi permeada essencialmente por três vieses metodológicos: observação participante e não participante, entrevistas e questionário.

A observação participante é reconhecida como técnica de pesquisa no âmbito acadêmico-científico desde os primeiros anos do século XX, a partir do trabalho de campo desenvolvido entre 1914 e 1918 por Malinowski junto aos nativos do arquipélago Trobriand,

na Melanésia. O pesquisador polonês defendia como premissa a necessidade de se apreender a linguagem dos nativos, no intuito de efetivamente concretizar a comunicação com eles.

O pesquisador brasileiro Fernando Manuel Bessa Fernandes atualiza e sintetiza o conceito, afirmando que:

Trata-se de uma técnica de levantamento de informações que pressupõe convívio, compartilhamento de uma base comum de comunicação e intercâmbio de experiências com o(s) outro(s) primordialmente através dos sentidos humanos: olhar, falar, sentir, vivenciar... entre o pesquisador, os sujeitos observados e o contexto dinâmico de relações no qual os sujeitos vivem e que é por todos construído e re-construído a cada momento.(...) Efetivamente, implica em estar e observar aonde a ação acontece. E mais: não apenas estar e observar onde a ação acontece, mas ser partícipe da mesma, visando um objetivo de pesquisa. (FERNANDES, 2011)

A técnica em questão foi considerada apropriada para o desenvolvimento deste trabalho por possibilitar à pesquisadora lançar mão de sua experiência pessoal, com destaque para sua participação como jurada do concurso *Comida di Buteco* por seis anos consecutivos – de 2010 a 2015. Também deve ser levada em consideração sua atuação como jornalista especializada em gastronomia, atividade que colaborou para a aproximação com a rotina do evento em Salvador. Junte-se a isso o próprio interesse pessoal pelas manifestações da cultura gastronômica popular, coerente com os anseios de quem busca a formação de gastrônoma.

Todavia, é importante ressaltar que a adoção de uma metodologia flexível à participação não excluiu a observância da ética. Em atenção a este aspecto, a pesquisadora optou por, excepcionalmente, não aceitar o convite para integrar o corpo de jurados do concurso no ano de 2016, por entender que poderia implicar em um tratamento diferenciado por parte da organização do evento ou dos proprietários dos estabelecimentos. Isto posto, a observação participante foi realizada em dois momentos: durante o evento de lançamento do concurso, em que a pesquisadora participou como convidada de imprensa; e, posteriormente, em visitas a bares participantes, quando exerceu o papel de cliente comum, assumindo suas despesas.

Aliada à observação participante, a entrevista aparece em nossa metodologia como peça fundamental. Considerada por muitos autores como a técnica por excelência na investigação social – tal qual o tubo de ensaio na Química ou o microscópio na Microbiologia – a entrevista tem na flexibilidade a sua maior vantagem.

Segundo Gil (2008) pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

Neste trabalho, foram realizados dois tipos de entrevistas. Com donos ou representantes de bares participantes do *Comida de Buteco*, adotamos a entrevista semi-estruturada face a face, garantindo a liberdade de uma conversação oral razoavelmente informal, porém focada em temas específicos. As conversas foram gravadas. Adicionalmente, tivemos entrevistas estruturadas direcionadas a fontes institucionais e formadores de opinião. Nesses casos, houve uma lista pré-determinada de perguntas, enviadas e respondidas por escrito.

Por último, porém não menos importante, destacamos o questionário digital, que se revelou como ferramenta mais apropriada para a coleta de dados junto a um público-alvo mais numeroso. Entre as vantagens de sua aplicação, podemos destacar economia de tempo, possibilidade de maior abrangência geográfica e de público, flexibilidade de horário para aplicação, maior liberdade, rapidez e exatidão nas respostas, além de dispensar a necessidade de deslocamento da pesquisadora.

Sendo assim, foram elaboradas 18 questões consideradas estratégicas para traçar o perfil do público-alvo e sua relação com o concurso *Comida di Buteco*. O mapeamento incluiu itens como gênero, faixa etária, profissão, escolaridade, moradia e renda, além de sondar hábitos ligados ao comportamento, como frequência de visita a bares e preferências quanto ao consumo de bebidas. Os únicos pré-requisito obrigatório era ter isso a pelo menos um dos bares concorrente da edição 2016 do concurso, realizado entre 15 de abril e 15 de maio em Salvador.

No total, o formulário apresentou 12 questões fechadas, com possibilidade de uma única resposta, podendo o número de alternativas variar de duas a nove. Nas quatro questões restantes, o informante teve a liberdade de responder livremente, utilizando linguagem própria e podendo emitir opiniões sem a interferência da pesquisadora.

Vale ressaltar que, conforme orientação acadêmica, o questionário trouxe em seu cabeçalho um TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), no qual era apresentado

o objetivo do estudo e o caráter voluntário da participação na pesquisa. Para assegurar maior nível de comprometimento com a veracidade da resposta, foi exigido informar nome e e-mail para contato. Entretanto, foi assegurado aos respondentes o tratamento sigiloso de sua identidade, por isso seus nomes não serão mencionados.

Com o objetivo de otimizar o tempo de aplicação e facilitar a participação do público, o questionário foi disponibilizado no *Survio*, plataforma gratuita para pesquisas on-line que permite coletar respostas, analisar resultados e observar estatísticas. De acordo com os registros do site, nosso questionário foi respondido por 84 pessoas, todas elas encaminhadas à página através de link direto divulgado aleatoriamente através de e-mail e redes sociais. Para a maioria dos participantes, o tempo médio de resposta variou de dois a cinco minutos. A pesquisa foi aplicada no período de 6 a 27 de julho de 2016.

CAPÍTULO 2 – REVISÃO DE LITERATURA

Uma vez apresentado o objeto de pesquisa e a metodologia a ser aplicada, passamos à revisão da literatura que serve de lastro para este trabalho. Inicialmente, nos propomos a identificar o espaço ocupado pela gastronomia na cultura contemporânea, tornando mais nítidas as relações existentes entre comensalidade e modos de vida. Evidentemente, esta tentativa exige a delimitação de conceitos essenciais, a começar pela própria gastronomia. Aqui, recorreremos ao advogado, político e cozinheiro francês Jean Anthelme Brillat-Savarin e seu livro *Fisiologia do Gosto (Physiologie do Goût)*. Nessa obra seminal, considerada a “certidão de nascimento da gastronomia”, Brillat-Savarin afirma

Gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem na medida em que ele se alimenta. Assim, é ela, a bem dizer, que move os lavradores, os vinhateiros, os pescadores, os caçadores e a numerosa família de cozinheiros, seja qual for o título ou a qualificação sob qual disfarçam sua tarefa de preparar alimentos... a gastronomia governa a vida inteira do homem. (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 57-58)

Em *O que é gastronomia*, Renata Braune, uma das chefs de cozinha mais respeitadas do Brasil, reconhece a importância do legado deixado pelo autor francês:

Para Brillat-Savarin, o filósofo gourmet, gastronomia é estilo de vida, o resumo do mundo. É a diferença entre o prazer de comer e o prazer da mesa. O prazer de comer é a sensação atual e direta de uma necessidade que encontra satisfação. O prazer da mesa é a sensação refletida que nasce das várias circunstâncias, dos fatos, do local, das coisas e das pessoas que estão presentes à refeição. (BRAUNE, 2007, p. 14)

A autora segue contribuindo para ampliação do leque de conceitos, incluindo aspectos caros aos estudos culturais e em especial à sociologia da cultura. Ela defende que a gastronomia avança para muito além da necessidade humana de se alimentar com vistas à sobrevivência. Seu argumento nos lembra que, além de desfrutar do privilégio do onivorismo – nenhuma outra dieta do reino animal é tão abrangente quanto a do *homo sapiens* –, o ser humano é um ser social.

Escusado dizer que a experiência estética ligada à gastronomia raramente se localiza numa refeição solitária. Daí a importância de focalizar a carga simbólica do comer coletivo, cujo caráter de compartilhamento de alimentos apresenta nítidos sinais de ritual. Estamos,

enfim, tratando do conceito de comensalidade, que se define na existência de vínculos e regras de comportamento mútuas entre aqueles que se sentam juntos à mesa para comer e beber. O pressuposto do compartilhamento se aproxima da ideia da comida como elemento indissociável da cultura de uma comunidade.

Esta questão também é analisada por Georg Simmel, que enxerga na refeição um status de fenômeno sociológico, na medida em que consegue transcender o significado de um elemento fisiológico primitivo e exclusivista (a imprescindível necessidade individual de comer e beber para garantir a sobrevivência) para alcançar o simbolismo de um hábito igualmente inerente ao ser humano, que é o de viver em companhia.

O comer e beber juntos (...) libera uma enorme força socializadora, que é tanto obscurecedora do fato de que na verdade não é “do mesmo”, mas de porções totalmente exclusivas que se come e se bebe, quanto produtora da ideia primitiva de que se produz deste modo carne e sangue comuns. Identificando o pão com o corpo de Cristo, a ceia cristã foi pioneira ao criar, sobre o chão dessa mística, a verdadeira identidade também daquilo que é consumido, criando assim uma forma muito particular de comunhão entre os participantes. (SIMMEL, 2004, p. 2)

O autor acredita que o comer e beber juntos se impõe como um “símbolo de segurança do pertencimento” a um determinado grupo social, o que suscita uma série de considerações a respeito de questões identitárias.

A regulação da gesticulação na hora da comida que, segundo o autor, representou uma conquista da socialização da refeição, também merece ser observada. Podemos notar que a própria normatização está sujeita às circunstâncias, ao ambiente e ao grau de relacionamento entre os indivíduos que dividem um alimento entre si. Enquanto os talheres são instrumentos indispensáveis à mesa de um sofisticado, nos bares ou botecos os garfos e facas costumam ser substituídos por palitos e guardanapos, que são usados para arrematar petiscos servidos em porções generosas, desde sempre pensadas para serem compartilhadas entre um gole e outro de cerveja.

Henrique Carneiro (2003) concorda que a comensalidade, tão antiga quanto a própria humanidade, desempenha um papel importante na organização das regras da identidade e da hierarquia social de uma comunidade. Vai mais além, ao considerar que a necessidade de obtenção de alimentos fez com que a sociedade desenvolvesse variados “utensílios culturais”, entre os quais estaria a própria linguagem.

Evidentemente, o autor não ignora a importância de descobertas primordiais como o fogo, que, em sua opinião, “trouxo um novo elemento constituidor da produção social do alimento” (p. 71). Seu foco, no entanto, está nos conteúdos simbólicos que revestem o ato de comer. “O significado desses conteúdos não é interpretado pelas culturas que o praticam, mas sim cumprido como um preceito inquestionável, para o qual não são necessárias explicações” (p. 72), ressalta.

Seguindo em nossa revisão de literatura, vale a pena conhecer o que pensa o italiano Massimo Montanari, mais um a enfatizar que o comer junto é um comportamento típico – embora não exclusivo – da espécie humana. Defensor da gastronomia como algo indissociável da cultura, o autor se aprofunda um pouco mais na argumentação para afirmar que o comer comunica.

‘Nós’, diz um personagem de Plutarco em *Dispute Conviviali* [*Debates Conviviais*], ‘não nos convidamos uns aos outros para comer e beber simplesmente, mas para comer e beber juntos’. E uma vez que os gestos feitos junto de outros tendem a sair da dimensão simplesmente funcional para assumir um valor comunicativo, a vocação convival dos homens se traduz imediatamente na atribuição de um *sentido* para os gestos que fazem ao comer. Também desse modo a comida se define como uma realidade deliciosamente cultural, não apenas em relação à própria substância nutricional, mas também às modalidades de sua assunção e de tudo aquilo que gira em torno dela. Substância e circunstância assumem, ambas, um valor significativo, habitualmente coligadas uma a outra, uma vez que a ‘linguagem da comida’ não pode prescindir – diferentemente das linguagens verbais – da concretude do objeto, do valor semântico intrínseco, e de algum modo predeterminado, do instrumento de comunicação”. (MONTANARI, 2008, p. 157/158)

Essa opção, pois, se aproxima da ideia de convívio, cuja etimologia sugere uma identificação do viver junto (*cum-vivere*) com o comer junto, de acordo com Montanari.

Carlos Alberto Dória colabora com o debate ao identificar nas práticas gastronômicas o esboço de um “sistema culinário”, expressão que o pesquisador associa especificamente à cozinha ocidental sistematizada ao longo dos séculos XVIII e XIX na França, usualmente conhecida por Grande Cozinha Francesa:

O ‘sistema culinário’ aponta para uma conjunção de práticas e saberes codificados, uma lógica de apropriação da natureza que é partilhada por pessoas em vários tempos e lugares, que reconhecem uma ‘sintaxe’, domínios de concordância, um vocabulário e regras combinatórias, expressas

através de práticas de trabalho (receitas), tudo de um modo irredutível a outros sistemas de conhecimento. (DÓRIA, 2010, p.87)

Carlos Alberto Dória também adiciona elementos pertinentes a essa discussão ao afirmar que “a gastronomia sempre nos remete ao *outro* como propiciador de um prazer enunciado”, daí a necessidade de estabelecer uma ordem na qual o discurso sobre o comer seja constitutivo da própria fruição, a fim de evitar a contrariedade causada pelo mal comer.

Antes de seguir adiante na defesa da gastronomia como parte relevante do tecido cultural, faz-se necessária uma discussão em torno do próprio conceito de cultura. Neste trabalho, serão privilegiados os pontos de vista que visualizam a cultura como uma dimensão dinâmica, cujo processo de transformação é continuado e está necessariamente relacionado às práticas sociais de produção e expressão de conhecimento.

Para José Luiz dos Santos, cultura é uma “construção histórica” – portanto, está longe de ser concebida como “algo natural”. Podemos tomar de empréstimo as palavras do autor também para falar de “um produto coletivo da vida humana”. Mas é ele próprio quem cuida para melhor elucidar sua teoria:

Cultura é uma dimensão do processo social, da vida de uma sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções, como por exemplo se poderia dizer da arte. Não é apenas uma parte da vida social como por exemplo se poderia falar da religião. Não se pode dizer que cultura seja algo independente da vida social, algo que nada tem a ver com a realidade onde existe. Entendida dessa forma, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social, e não se pode dizer que ela exista em alguns contextos e não em outros. (SANTOS, 2006, p. 44/45)

O pesquisador Paulo César Alves, docente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, colabora para o debate com uma metáfora interessante, ao afirmar que cultura é uma “palavra mosaico”, a um só tempo “rica, sedutora e contraditória”. Assim nos fala o estudioso:

Em uma concepção ‘sistêmica’ ou ‘estrutural’, a preocupação com a cultura está voltada para analisar o impacto de ‘modelos culturais constituídos’ (como modelos de comportamento, definições de papéis, orientações de valores, normas vigentes com base em uma tradição consolidada no tempo, conjunto de crenças, formações institucionais) sobre os indivíduos e grupos sociais. Nesse sentido, cultura tem um caráter relativamente autônomo (uma

lógica interna e uma coerência semântica própria), pois: (a) exerce uma função de estabelecer a integração, a coesão e o consenso social, apoiada em sanções e recompensas que regulamentam o agir dos indivíduos; (b) é uma dimensão constitutiva da personalidade dos indivíduos, a qual é vista como construída pela interiorização dos modelos e valores culturais. (ALVES, 2010, p. 38)

Para incrementar o debate sobre a gastronomia como parte do universo processual da cultura, sigamos rumo à definição de gosto: “O gosto é uma construção” (p. 79), diz Dória. “Ora, a cozinha fundada sobre os sentidos inatos ou sobre os sentidos fisiológicos está obliterando o fato de que nós, humanos, somos “seres de cultura”, isto é, temos um sentido de memória e um sentido cultural que sobredetermina a nossa pura naturalidade” (DÓRIA, 2006, p. 80).

Caminhando para uma discussão mais específica, adicionamos à pesquisa referências sobre a gastronomia de bar e sobre o próprio concurso *Comida di Buteco*. A pesquisadora Andreia Lemos Silva nos lembra que “No Brasil, o bar, o boteco e o botequim são considerados uma instituição nacional. Lugares em que o sujeito brasileiro se encontra para confraternizar”, e cita De Decca (2008) para relacionar o tema à questão da identidade: “a identidade de um grupo forma-se normalmente por sinais externos e por um conjunto de símbolos e valores dos quais se opera uma identificação”.

A pesquisadora recorre a uma interessante análise de dicionários e colabora com nossa pesquisa na medida em que convida a observar a definição que os verbetes “bar”, “boteco” e “botequim” ganham em fontes diferentes. Vejamos o que a autora nos traz do dicionário Aurélio (1999):

Bar [Do ingl. bar. Barra. bar ¹ (1)] S.m **1.** Balcão diante do qual as pessoas de pé ou sentadas em bancos altos, consomem bebidas e iguarias leves. **2.** Sala com tal balcão e com pequenas mesas: bar do clube, o bar do aeroporto. **3.** V. botequim **4.** Armário ou outro móvel onde se guardam garrafas de bebidas alcoólicas em uso. [Pl.: bares.]

Botequim [Por * botiquim, dim de botica(1).] S.m. Estabelecimento comercial onde se servem bebidas em geral (bebidas alcoólicas, refrigerantes, café, etc.) e pequenos lanches; bar. [Sin. Bras.: boteco. Cf. café(4).

Boteco². [Der. Regress. De botequim.] S.m **1.** Brás. S. Fam. e/ou deprec V. botequim. **2.** Brás. BA Barraca que se arma em volta dos barracões das feiras.

Ao fazer conexões com análise do discurso, a pesquisadora entende que “Na memória do sujeito brasileiro há, pois, uma relação entre “botequim/boteco” em termos de

sentido e de identificação com algo brasileiro. “Boteco”, brasileirismo, ainda tem como sentido ser depreciativo (o que faz com que produza efeitos de sentido que alimentam a desigualdade), como algo sem valor. Portanto a identidade do sujeito que vai ao “boteco” é diferente daqueles que vão ao “bar” e ao “botequim”.

Dialogamos também com o pesquisador Luiz Antonio Machado da Silva, que descreve a organização social e o funcionamento cotidiano do botequim, com o objetivo de entender o que ele representa – e para quem – na sociedade urbana brasileira. Sobre o perfil de freqüentadores do botequim, o autor destaca: “Pode-se dizer que eles são uma parcela da famosa “reserva de mão de obra”, que tem um papel muito definido no funcionamento e na manutenção do sistema. Mas, justamente em razão desse papel, as pessoas que o compõem estão precariamente integradas. São, portanto, *como indivíduos*, ‘marginais’”.

Para o autor: o botequim é o símbolo de um esforço no sentido de participar de um universo novo (e uma “ponte” para isso) por parte de certos grupos desamparados pela ruptura dos esquemas referenciais da “sociedade tradicional”.

Em primeiro lugar, o botequim pode ser um mecanismo de sustentação, porque tem condições de conceder o sentimento perdido de comunidade. Ele cria profundos laços comuns entre uma minoria: os componentes dos estratos inferiores que são “adeptos do álcool”. Necessidades de natureza econômica tornam-no muito importante, além de provocarem estreitas relações de cooperação. Os conflitos são controlados sem necessidade de fórmulas impessoais e de modo quase sempre “pacífico e ameno”. A competição se mantém em nível pouco explicitado e aceitável. E, finalmente, o álcool atua como fator de liberação da “consciência de inferioridade”, isto é, da situação de classe. (SILVA)

Embora enfrentando a dificuldade de encontrar um número expressivo de discussões teóricas em torno desse universo, nosso trabalho encontra pontos de convergência também com os pesquisadores Marina Rossi Ferreira, Vander Valduga e Miguel Bahl, que trazem à tona o debate em torno do conceito de “baixa gastronomia”. Os autores se orientam pela pergunta “O que seria a baixa gastronomia e quais as suas características?”, a partir da qual concluem que:

Os principais resultados apontaram a baixa gastronomia como um tipo de gastronomia que abrange comidas de caráter caseiro e popular, em porções bem servidas a um preço justo, em estabelecimentos simples, onde o atendimento, ainda que profissional, ocorre de forma mais fluída e informal. Sua dinâmica de consumo vincula-se fortemente à perspectiva da hospitalidade, sendo este possivelmente, um dos principais meios de aproximação com a atividade turística. (FERREIRA, et al)

Neste ponto, estreitamos a relação dos temas abordados com o próprio discurso do *Comida di Buteco*. Em entrevista com Cristina Schirmer, uma das coordenadoras do

concurso, obtivemos a seguinte resposta para a pergunta “Vocês acreditam que o *Comida di Buteco* tem colaborado para criar e/ou consolidar uma cultura de bar em Salvador? De que forma?”:

“Pode-se afirmar, que assim como nas outras 19 cidades em que o *Comida di Buteco* está presente, em Salvador também vemos a importância do trabalho do concurso para desmistificar o ambiente buteco. Hoje, ligado à nossa missão, “*transformar vidas através da cozinha de raiz*”, buteco não traz mais um peso “pejorativo”, mas sim de um ambiente familiar e democrático, onde todos vão para confraternizar e socializar.

Há 10 anos, esse peso “pejorativo” dos botecos se fazia muito presente em Salvador, nas falas das pessoas, no olhar desconfiado do público ao chegar num boteco de periferia.... Era difícil levar o público AB para frequentar um buteco que não estivesse na rota considerada “cool” ou já consagrada como região de bons bares e restaurantes. O que o Comida fez foi descentralizar a rota dos butecos na cidade, re-descobrir a cidade mostrando pro Soteropolitano que em cada bairro e região da cidade, perto da casa dele, inclusive, poderia ter um bom boteco, com uma boa comida, esperando por ser descoberto. Essa é a nossa missão, e nosso trabalho incansável: buscar botecos onde existe uma história pra contar e uma boa comida, independente de onde ele está situado. Contar as histórias desses bares é que fará com que as pessoas queiram conhecer os butecos, as pessoas que estão por traz dessa história e a comida que cada um faz. E é isso que faz com que as pessoas queiram voltar no buteco e indicar para outras pessoas.

E assim vamos conseguindo fazer a roda girar... conseguirmos fortalecer a cultura dos butecos de cada cidade e transformar a vida de cada estabelecimento. Isso que o Comida tem feito em Salvador há 10 anos, com muito orgulho”.

Caminha na mesma direção o discurso do jornalista Dalton Soares, que cobriu todas as edições do concurso realizadas em Salvador, exceto a primeira, em 2008. Além de ter sido jurado algumas vezes, ele também participou da votação nacional, em julho de 2016, no Rio de Janeiro. Para a mesma pergunta, sua resposta foi:

“O que noto é que o baiano (de Salvador) que frequenta buteco é muito pouco exigente no que se refere à variedade de pratos. Eu estou falando da maioria, que prefere uma mesa na rua, cerveja aos cântaros, e pratos que lhe tragam aquela lembrança de casa: uma lambreta, um escondidinho ou arrumadinho de carne de sol, um caranguejo com pirão. Levando tudo isso em conta, acredito que o concurso cutucou, instigou, mexeu com o brio de muitos donos de buteco para irem além do trivial. Par e passo a isso, a exigência dos clientes também cresceu”.

Antes de encerrarmos esse apanhado, trazemos ao debate também as falas de alguns proprietários de estabelecimentos participantes do concurso, a exemplo de Karla Baqueiro, do

Bagacinho Boteco, localizado no bairro da Barra. O bar concorreu com o prato “Camponata nordestina”, que voltará a ser mencionado mais adiante. Diante da questão “Na sua opinião, o que é comida de raiz?”, a empresária responde:

“Eu acho que comida de raiz é uma coisa assim que tem a ver com o sertão, o nordeste. Ou uma coisa que venha de família. Tanto que no *Comida di Buteco* do ano passado eu fiz um prato em homenagem a minha avó. Ela é de uma ilha da Baía de Camamu que só teve energia elétrica agora, o Âmbar, e onde vivem várias marisqueiras. Então eu fiz um prato de aratu e, como a gente tinha que trabalhar uma fruta, eu fiz uma harmonia junto com o caju. Fiz uma junção do caju, com aratu, com a farofa de castanha. Aí é uma coisa bem assim... sertaneja não, mas uma coisa de raiz, que a gente vem aprendendo no interior ou uma coisa de família, uma coisa de tradição. Acho que isso é uma coisa de raiz. (...) Uma raiz é uma coisa antiga, né? No meu prato do ano passado eu fui buscar a raiz da minha avó, onde ela nasceu. Este ano, por eu ser apaixonada por camponata, eu quis criar uma coisa sertaneja, uma coisa de raiz. Uma coisa que é fumeiro, que é o cuscuz, que é o amendoim pra misturar com uma comida sofisticada italiana. E a impressão que eu tenho é que a harmonização ficou boa”.

Sobre as mudanças provocadas pela participação no *Comida di Buteco*, Jorge Mário, do Caranguejo do Pascoal, nos conta que:

“A primeira foi em relação ao gênero. O público feminino é mais presente no boteco quando percebe que a qualidade aumenta. Depois você começa a perceber que pessoas de classe social maior começam a frequentar os botecos e você pode aumentar um pouco o preço do cardápio. (...) Duplicou tudo. Duplicou renda, funcionário, então teve que duplicar também a qualidade. Eu tinha que me adequar ao perfil de um público novo, cada vez mais exigente. Quanto mais a qualidade aumenta, mais o público exige.”

Ainda sobre mudanças decorrentes da participação no evento, temos também o depoimento de Neide, do bar A Venda:

“Quando começou meu bar era muito pequenininho, era um boteco mesmo. Talvez hoje chamem de restaurante, mas eu iniciei como boteco mesmo. O perfil dele era bem ‘tradicionalzinho’, bem ‘pobrezinho’. Hoje eu cresci pela ajuda do *Comida di Buteco*, que divulgou sem eu ter custo, e porque eu tive coragem de crescer. Me perguntam: ‘então porque você não ganha?’. Eu ganho. Porque vendo minha comida, todos os pratos são vendidos, com crítica ou sem crítica, eles estão saindo. Só saem do cardápio quando eu tiro por conta própria, não por crítica de cliente. (...) O perfil do público muda. A divulgação chamou muita gente. Meu perfil é muito, digamos, selecionado. Mas é um perfil de gente da classe média acima. Não estou me exibindo. Mas a divulgação ajudou porque hoje quem lê e vê as redes sociais são de classe média. (...) Isso é muito bom. Não é desprezar as outras. Mas se o nível for elevado, é muito bom pras pessoas. Porque, quando você chega num lugar, às vezes você fica assustado (...) e às vezes você sabe que, infelizmente, tem essa discriminação pelo perfil da pessoa, pela vestimenta. E aqui, graças a Deus, é muito difícil quem chega sair e dizer que não gosta”

Com tais referências postas à mesa, este trabalho tende a enveredar para a conclusão de que o concurso *Comida di Buteco* colabora para a formação e/ou consolidação de uma cultura de bar bem particular, em que pesam positivamente aspectos como criatividade, inovação e sofisticação. Antes de partirmos para a consolidação dessas impressões, no entanto, vamos agora analisar o resultado da pesquisa propriamente dita, focada na observação e aplicação de questionário.

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

O terceiro e último capítulo deste trabalho é também o mais robusto por apresentar uma análise mais minuciosa dos resultados obtidos. Inicialmente, apontamos os aspectos mais relevantes da observação, seja participante ou não participante. No primeiro momento, ilustrado pelas imagens que se seguem, foram observados os pratos apresentados no evento oficial de lançamento do concurso *Comida di Buteco* em Salvador, realizado no dia 11 de abril de 2016, no bar A Venda.

Além do estabelecimento anfitrião, outros quatro bares participantes apresentaram seus petiscos concorrentes para um grupo de convidados formado por jornalistas e formadores de opinião: Bistrô.A, Boteco da Mídia, Caranguejo do Pascoal e Caranguejojó. Neste caso, classificamos a observação como participante, já que a pesquisadora se identificou como tal ao interagir com membros da organização do evento e representantes dos bares concorrentes.

Observando as imagens que se seguem, registradas pela própria pesquisadora, podemos notar a presença da carne seca ou carne de sertão como ingrediente predominante nas preparações. Outra impressão registrada dá conta de que os três primeiros mantêm uma identidade com a comida tradicionalmente associada ao cardápio de bares, ao optarem por apresentar suas receitas em forma de bolinho ou “arrumandinho”.

Os dois últimos, no entanto, apostam em uma apresentação mais semelhante à de uma refeição. Também demonstram a intenção de agregar valor aos seus pratos, ao associar a popular carne de sertão ao molho de quatro queijos ou a uma receita de risoto, ambos elementos não tão familiares à proposta de simplicidade de um petisco.



Figura 1: A Venda – “Flor de Maniçoba” (Bolinho com carne de maniçoba)



Figura 2: Bistrô.A – “Bistrolinho” (Bolinho de carnes defumadas com pirão e molhos de pimenta)



Figura 3: Boteco da Mídia – “Trio Nordestino” (Queijo coalho empanado, charque desfiado acebolado e aipim cozido)



Figura 4: Caranguejo do Pascoal – “Sonho Meu” (Torta de carne de sertão com quatro queijos aos cremes de azeitona e creme de arribassaia)



Figura 5: Caranguejojó – “Risoto à Sertaneja” (Risoto de carne de sertão com mandioca)

Num segundo momento, nos detemos sobre a observação não participante em outros bares integrantes do concurso, com destaque para aqueles cujas imagens se apresentam a seguir: Boteco Di Janela, Dali Happy Hour, Bar do Ulisses, Bar Koisa Nossa (Os Internacionais), Bagacinho Boteco e Boteco do Piri. Na maioria desses casos, a pesquisadora visitou os estabelecimentos em datas aleatórias e se comportou com qualquer outro cliente, assumindo as despesas de seu consumo e sem mencionar a relação de sua presença com qualquer trabalho de pesquisa.

Nos três primeiros bares mencionados, observamos a convivência de ingredientes familiares ao paladar do soteropolitano com outros menos assíduos no cardápio de bares. O Di Janela incluiu rúcula e tomate seco em uma chapa de carne do sol com aipim; o Bar do Ulisses associou o siri catado à berinjela; enquanto o Dali Happy Hour apostou em um crepe de tapioca com recheio de camarão e molho de alcaparras. Notamos aí uma tendência à

chamada “gourmetização” da comida de boteco, que se confirma com o prato do Koisa Nossa, embora somente no aspecto da apresentação.



Figura 6: Boteco Di Janela – “Chapa a La Lampião & Maria Bonita” (carne do sol na chapa, com muçarela, tomate seco e rúcula, servida com aipim frito na manteiga de alho)



Figura 7: Dali Happy Hour – “Dalióca” (crepioca gourmet com recheio de camarão com molho de alcaparras)”



Figura 8: Bar do Ulisses – “Siri Roxo” (Berinjela recheada com siri catado)



Figura 9: Bar Koisa Nossa (Os Internacionais) – “Chave do Destino” (Combinado de ‘koisas’ do mar: polvo, camarão, bacalhau, salmão, aratu e siri)



Figura 10: Bagacinho Boteco – “Compota Sertaneja” (Camponata de fumeiro acompanhada de farofa de cuscuz e um leve toque de gengibre)



Figura 11: Boteco do Pirí – “Perigo das Viúvas” (Picanha de javali com cuscuz de camarão e banana da terra, servida com molho de pimenta com pequi)

Chamamos atenção especialmente para os casos do Bagacinho Boteco e Boteco do Piri. No primeiro, o elemento “de raiz”, representado pela carne de fumeiro e pelo cuscuz, é legitimado pela sofisticação de uma receita de origem italiana. No segundo caso, vale mencionar uma observação que vai além do fato de sugerir uma picanha de javali, ingrediente inusitado na cultura gastronômica do baiano. Durante o período do concurso, o prato “Perigo das Viúvas” foi comercializado ao preço de R\$ 25,90. Após o evento, uma versão ligeiramente modificada da mesma receita passou a custar R\$ 56. Consideramos tal dado sintomático, ainda mais se acrescentarmos o fato de que o Boteco do Piri, antes localizado em um modesto imóvel do Nordeste de Amaralina, passou a habitar um centro comercial do bairro da Pituba.

Uma vez colocadas as principais impressões colhidas durante o processo de observação, neste momento consideramos oportuno apresentar os principais resultados obtidos com o questionário, uma vez que eles já apontam em direção à nossa hipótese sobre a influência do concurso *Comida di Buteco* na criação ou consolidação de uma determinada “cultura de bar” na cidade de Salvador.

O primeiro dado que chama atenção é a distribuição geográfica dos pesquisados, revelada pelas respostas abertas sobre o local de moradia. A Pituba é o bairro mais citado, com dez ocorrências. Na sequência, estão Brotas (oito), Rio Vermelho (sete), Graça (cinco) e Costa Azul (quatro). Armação, Federação, Jardim Apipema, Nordeste de Amaralina, Piatã e Vitória aparecem em seguida, com três menções cada. Os bairros da Barra, Cabula/Resgate, Garcia, Itaipara, Lauro de Freitas e Stiep têm dois registros cada. Outros 18 bairros de Salvador são mencionados apenas uma vez.

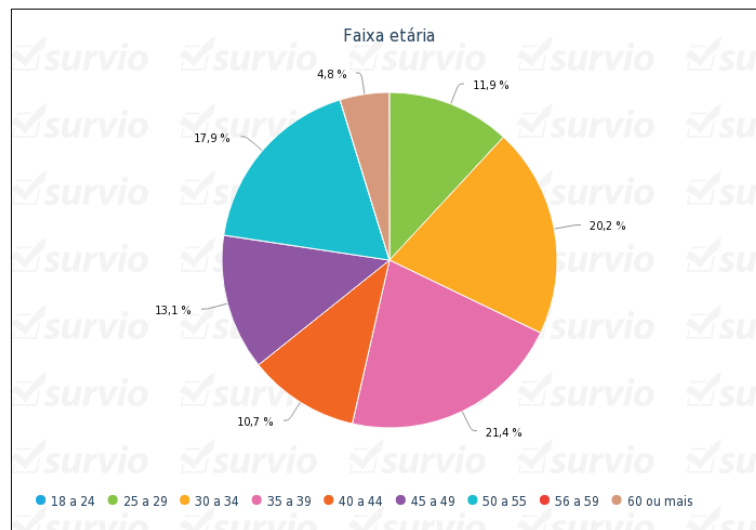
Neste ponto, vale a pena mencionar um estudo realizado pelo portal imobiliário Agente Imóvel, que elenca os bairros mais caros de Salvador, considerando o preço médio dos imóveis, calculado por metro quadrado. De acordo com a empresa, os dez bairros mais caros são Vitória, Horto Florestal, Ondina, Caminho das Árvores, Graça, Itaipara, Barra, Armação, Rio Vermelho e Pituba. Desses, quatro estão entre os mais citados pelos respondentes do questionário.

A essa informação, seguem outras descobertas igualmente interessantes, que pouco a pouco vão sedimentando este estudo. Consideramos relevante, por exemplo, observar que a grande maioria dos participantes do estudo é do sexo feminino, como mostra a figura 12. O

dado dialoga com as informações oficiais da organização do *Comida di Buteco*, que apontam um índice de 53% de mulheres entre o público frequentador de bares durante o evento.

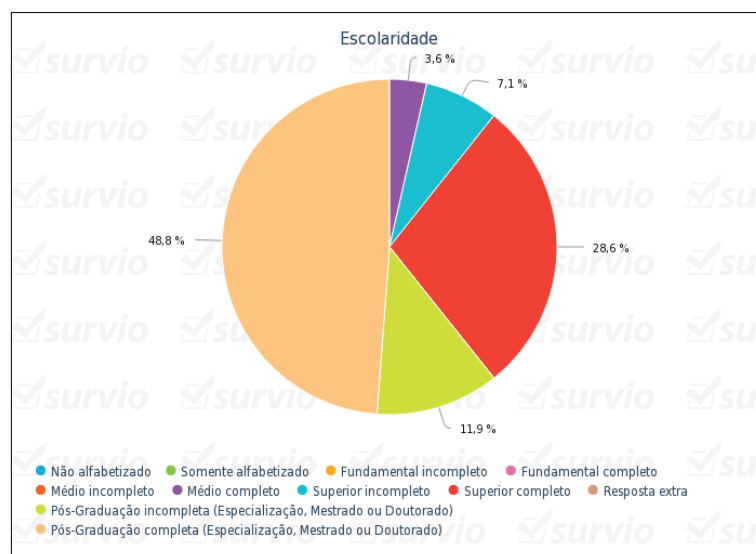
Quanto à faixa etária, a maioria se encontra entre 30 e 39 anos, somando perto de 42%, conforma mostra figura subsequente. Este resultado também casa com o perfil apresentado pelo concurso, que localiza a maior parte de seus clientes na faixa etária acima dos 25 anos.

Figura 12



O nível de escolaridade também aparece como informação relevante, uma vez que aponta um total de mais de 77% com pós-graduação completa ou ensino superior completo (figura 13).

Figura 13

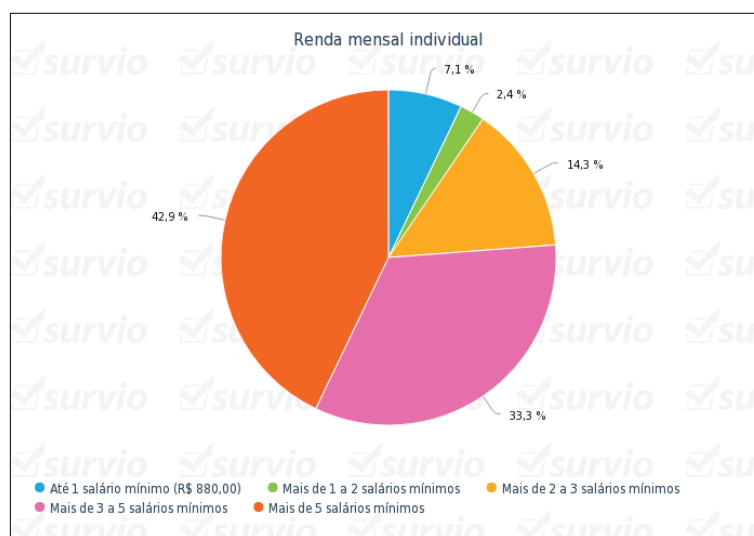


Em seguida, observamos a questão da renda mensal individual, que registra um índice de quase 43% de pessoas que declaram receber mais de cinco salários mínimos mensais (figura 14), o que também é coerente com informações do evento, que dão conta de que a maior parte dos seus frequentadores é da classe A/B.

Nesse ponto, cabe trazer a conhecimento um dado da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em fevereiro de 2016, que apontava uma média de renda *per capita* de R\$ 1.113 no Brasil, em 2015. Segundo o estudo, no entanto, a Bahia aparece entre os estados com renda consideravelmente abaixo da média, com R\$ 736.

A comparação entre os dados sugere duas possibilidades. A primeira, que os respondentes tenham superestimado a informação sobre sua própria renda, por razões desconhecidas. A segunda, que estejamos de fato diante de um grupo de altíssimo poder aquisitivo. Mais adiante veremos qual das duas hipóteses se sustenta com maior consistência.

Figura 14



À informação sobre a faixa de renda, associamos informações que consideramos afins, como o meio de transporte utilizado para ir aos bares (mais de 70% afirma ter usado carro próprio) e opinião sobre o preço praticado pelos estabelecimentos participantes. Sem esquecer a ressalva de que, pela primeira vez na história do concurso, houve uma intervenção da organização para estabelecer limite de valor, notamos que mais de 80% dos entrevistados considerou o preço justo.

Figura 15

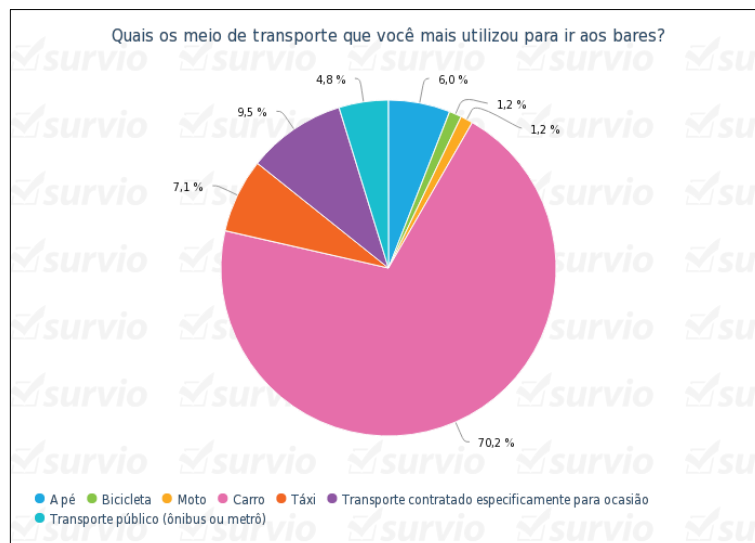
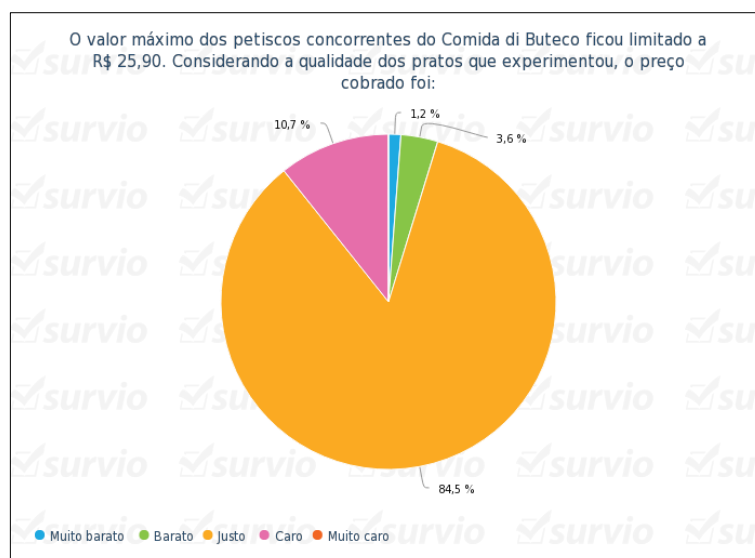


Figura 16

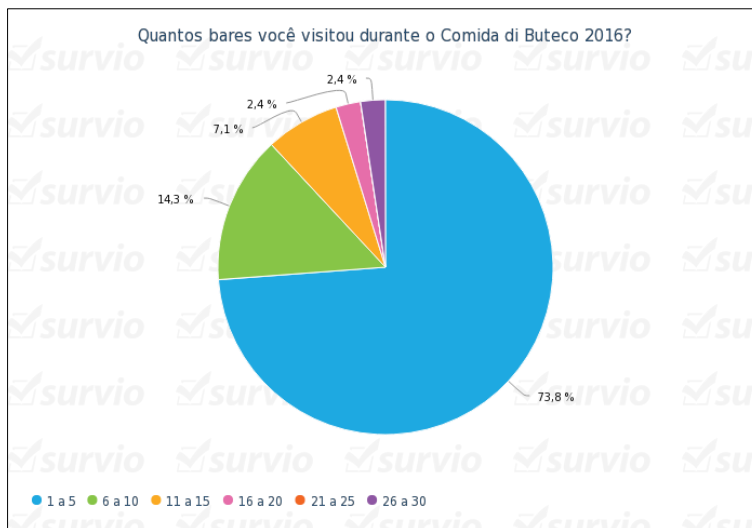


Na sequência, o questionário procurou sondar o grau de envolvimento das pessoas com a edição do concurso *Comida di Buteco* realizada em Salvador em 2016. Primeiro, os respondentes foram solicitados a apontar quantos bares concorrentes visitou, a partir de alternativas que apresentava as respostas por faixa numérica, conforme ilustra a figura 17.

Como é possível perceber, a maioria afirma ter visitado de um a cinco bares. O número, aparentemente pouco expressivo para um universo de 30 estabelecimentos, nos conduziu a observar as demais faixas do gráfico, localizando um total de 10 pessoas que visitaram de 11 a 30 bares. Embora obviamente essa tendência não pudesse ser prevista no início da pesquisa, optamos por lançar um olhar mais atento sobre esse grupo.

Notamos, então, que 80% dessa amostra é composto por mulheres, o que reforça os índices já apontados pela pesquisa de gênero do próprio formulário e reitera as estatísticas de comportamento da organização do concurso.

Figura 17



Ainda com foco na questão do comportamento, seguimos investigando os hábitos do público-alvo em relação aos bares. Mais de 70% respondeu que costuma ir a esses locais com amigos ou colegas (figura 18), enquanto mais de 73% elege a cerveja como bebida preferida para acompanhar os petiscos (figura 19).

Figura 18

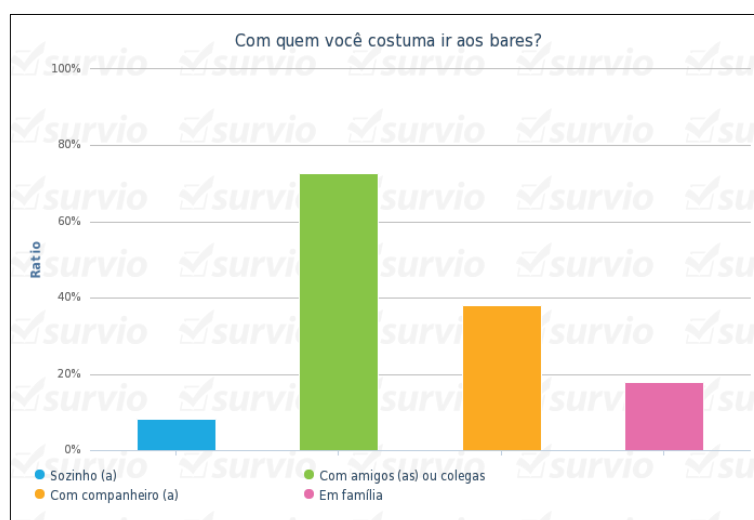
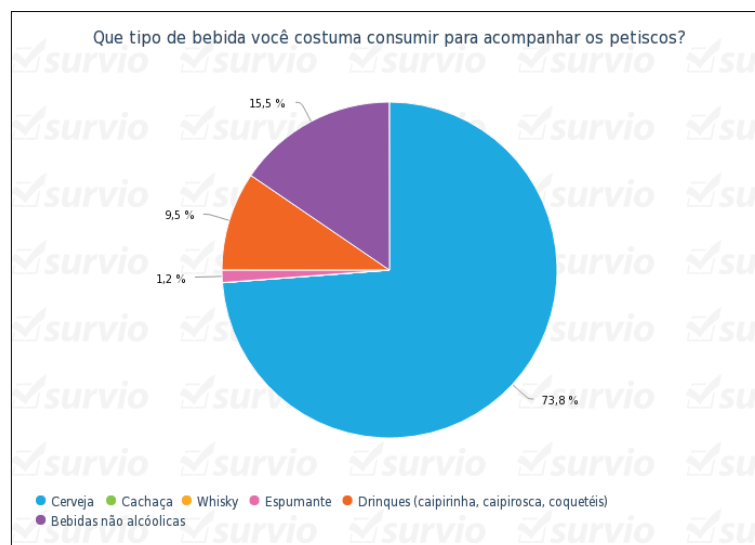
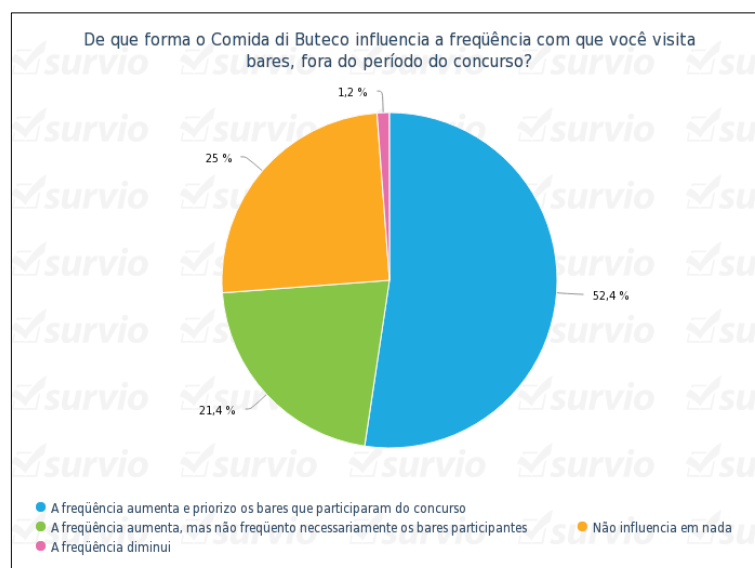


Figura 19



Uma questão mais específica apontou outro dado interessante, ao revelar que mais de 73% acredita que o *Comida di Buteco* as influencia na frequência com que visitam bares, mesmo fora do período do concurso, e mesmo que não se trate necessariamente de bares que participaram da disputa (figura 20).

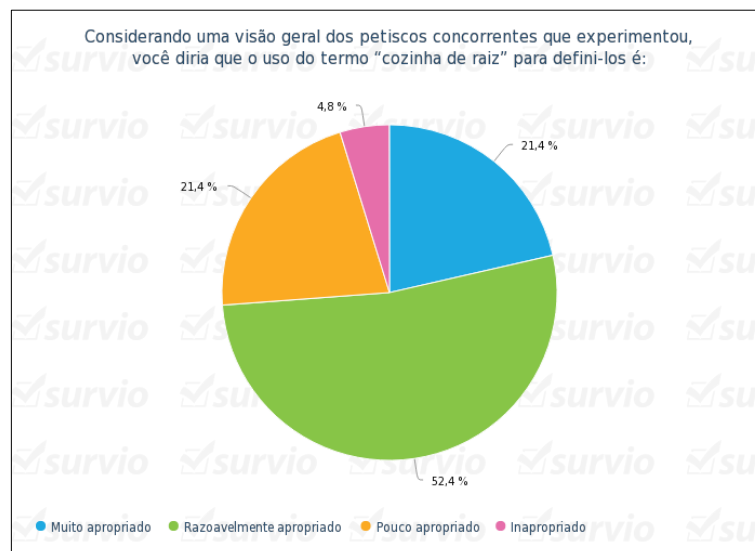
Figura 20



Por fim, destacamos um tópico que aborda uma das questões mais importantes deste estudo, ou seja, os usos, ressignificações e desdobramos do termo “cozinha de raiz”, utilizado como slogan pelo concurso. É possível perceber que, embora o evento pareça desfrutar de simpatia e engajamento por parte do público, uma parcela significativa considera o uso da

expressão apenas “razoavelmente apropriado” ou até mesmo “pouco apropriado” para definir os petiscos que concorrem ao prêmio de melhor prato (figura 21).

Figura 21



Por considerar que o tema merece maior atenção, incluímos também no questionário uma questão aberta cuja pergunta era: “Como você definiria uma cozinha de raiz?”. Foi bastante interessante o exercício de observação dos conceitos mais recorrentes ao longo das respostas, que não sofreram nenhum direcionamento ou limitação de espaço ou tempo.

A palavra região/regional foi mencionada 30 vezes ao longo de 84 respostas. A segunda em número de citações é cultura/cultural, com 25 ocorrências. Na sequência, os termos mais associados à cozinha de raiz são tradição/tradicional (17), local/localidade (16), típico (13), origem/original (10), história/histórica (9), costumes (8), terra (8), povo (6), identidade/identificação (5), simples (5). A seguir, apresentamos alguns exemplos:

“Que seja especializada em comidas da cultura local, habitual dos moradores do lugar e com ingredientes típicos da região” (Nilton dos Santos Lopes Filho)

“Uso de ingredientes locais na elaboração dos pratos e resgate às formas tradicionais do adquirir e cozinhar os alimentos” (Fabiana Dias)

“Uma comida que trás lembranças de outrora” (Etelvino Caetano Junior)

“É a comida que causa identificação, que remete a ideia de afinidade cultural, a que permeia uma história de povo. É uma

cozinha de elementos naturais, uma arte sem truques de preparo ou tecnologia” (Raiza Cardoso)

“De origem, de dentro pra fora” (Polyana Simões)

“A que identifica algo relacionado à origem histórica do meu povo. A comida que fala de hábitos e costumes dos meus ancestrais” (Izabel)

“A que identifica algo relacionado à origem histórica do meu povo. A comida que fala de hábitos e costumes dos meus ancestrais” (Cláudia Soares Pedreira)

“Uma cozinha de raiz é aquela que representa a culinária típica de um determinado local ou região, que utiliza em seus preparos ingredientes e alimentos que têm a ver com a história e cultura da cidade/estado” (Fabiana Mascarenhas)

“Gastronomia que busca referência nas matrizes culturais do País, especialmente a tradição africana” (Antonio Pita)

“Receitas e preparos elaboradas a partir das tradições locais, com uso de ingredientes do ecossistema local e servida de acordo aos costumes dos povos daquela região” (Daniel Telles Marques)

Com esses dados em mãos, inevitável confrontarmos a lista de tira-gostos concorrentes do *Comida di Buteco*, com foco nos cinco primeiros colocados.

O quinto lugar foi ocupado pelo baro Caranguejojó, que apresentou um “Risoto a sertaneja” (risoto de carne de sertão com mandioca). O quarto melhor boteco, na opinião do público, foi o Bar das Meninas, com o petisco “Tô Chegando!” (hambúrgueres de costela bovina ao molho de laranja servida com cebola caramelizada e batata sauté ao bacon). Já o terceiro colocado foi o Bar Koisa Nossa (Os Internacionais), que trouxe um combinado de “koisas” do mar: polvo, camarão, bacalhau, salmão, aratu e siri, batizado de “Chave do Destino”. Na vice-liderança, ficou o Caranguejo do Pascoal, com “Sonho Meu!”, uma torta de carne de sertão com quatro queijos aos cremes de azeitonas e creme de pimenta arriba saia.

O campeão da disputa foi o Boteco da Mídia, com o petisco Trio Nordeste, uma combinação de queijo coalho empanado, charque desfiada acebolado e aipim cozido. Não é necessário realizar um esforço analítico para perceber que a receita considerada merecedora do primeiro prêmio foi, de longe, a mais simples em termos de ingrediente, técnica e apresentação.

Também não podemos deixar de mencionar que, na cerimônia oficial de encerramento do concurso, o bar anunciado como campeão foi, na verdade, o Dali Happy Hour, que concorreu com um petisco denominado “Dalióca”, já destacado no início deste capítulo. A receita consistia em uma “crepioca gourmet” com recheio de camarão e molho de alcaparras. A pesquisadora, que teve a oportunidade de experimentar o prato, não faz qualquer ressalva ao sabor, técnica ou apresentação da receita, que estava irretocável. Entretanto, a questão que fica é se tal preparação comunga com o conceito de raiz proposto pelo evento.

Não se sabe até que ponto a polêmica causada pela escolha teve influência, mas o fato é que, dez dias após o anúncio, a organização divulgou o nome do Boteco da Mídia como “novo vencedor”. Consultada informalmente, a assessoria de imprensa alegou que o proprietário do estabelecimento estava prestes a se mudar para o interior do estado, por isso não poderia cumprir o calendário do evento, que ainda incluiria a participação de uma eleição nacional, no Rio de Janeiro, com resultado a ser anunciado no dia 5 de julho. Em tempo: os três primeiros colocados no concurso nacional foram bares do Rio de Janeiro, São José do Rio Preto e Curitiba, respectivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma vez analisados os resultados da pesquisa, à luz da revisão da literatura – escassa, porém fundamental para um trabalho inicial –, este trabalho tende a concluir que o concurso *Comida di Buteco* vem exercendo uma influência na ressignificação do que viemos chamando de “cultura de bar” em Salvador.

Podemos dizer que esse processo acontece em duas frentes. De um lado, os empreendimentos convidados se vêem obrigados a elevar a qualidade de seus produtos, atendimento e estrutura física, para atender a um determinado conjunto de critérios exigidos pela organização do concurso. Por outro, e como consequência, um público antes avesso ao boteco, se vê estimulado a frequentar os bares cancelados pelo evento, por entenderem que se trata de ambiente diferenciado, com certo grau de sofisticação.

A observação do material recolhido durante a pesquisa leva a crer que empreendedores do ramo, formadores de opinião e clientela corroboram com o discurso da empresa *Comida di Buteco* no que tange ao seu papel na elevação da qualidade do setor em Salvador. Sem discordar deste fato, consideramos oportuno questionar até que ponto o concurso se mantém fiel à “cozinha de raiz” que defende em seu slogan, na medida em que estimula – ou, pelo menos, não desestimula – a “gourmetização” do tira-gosto.

Ao direcionar a sua comunicação para um público de classe social A/B, ao mesmo tempo em que se torna convidativo para clientes de maior poder aquisitivo, o concurso promove o afastamento do público que se identificava justamente com os estabelecimentos originalmente simples, com atendimento informal e comida simples e barata.

Sem deixar de reconhecer o incremento proporcionado pelo evento na renda de pequenos empreendedores e suas famílias, não podemos ignorar que talvez resida aí uma contradição. O que nos faz supor que esta tendência pode vir a encontrar, em breve, um movimento inverso, de “resgate” do boteco de outrora.

Postas essas ponderações, reconhecemos que este trabalho, embora breve, possa colaborar para o debate em torno da chamada gastronomia de raiz, tema tão complexo em suas nuances sociais e culturais.

REFERÊNCIAS

ALVES, Paulo César (org). **Cultura: Múltiplas Leituras**. Bauru, SP: Edusc; Salvador: Edufba, 2010.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. **Fisiologia do gosto**. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e sociedade – Uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CASTRO, Daniela. **Banquete de Bacana: O papel das revistas de gastronomia na ressignificação da cozinha brasileira**. 107 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2014.

COMIDA DE BUTECO. **Receitas e Segredos: 100 petiscos direto para a sua mesa**. Belo Horizonte: Gutemberg, 2010.

COMIDA DE BUTECO. História: 17 anos nos butecos do Brasil. Disponível em: <http://www.comidadibuteco.com.br/historia>

DÓRIA, Carlos Alberto. **Estrelas no céu da boca: escritos sobre culinária e gastronomia**. 2ª edição. São Paulo: Senac, 2010.

FERNANDES, Fernando Manuel Bessa. **Considerações Metodológicas sobre a Técnica da Observação Participante**. In: “Caminhos para a análise das políticas de saúde”. Editora Rede UNIDA: Rio de Janeiro, 2016.

FERRARINI, D. **Bar, Boteco e Botequim: Individualização e Identidade do Sujeito Brasileiro**. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras) – Universidade Católica de Brasília.

FERREIRA, Marina Rossi. **Baixa Gastronomia: caracterização e aproximações teórico-conceituais**. In: Turismo em análise, vol. 27, n. 1, Abirl 2016.

FRANCO, Silvia Cintra; BRAUNE, Renata. **O que é Gastronomia**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2007.

GAUTHIER, Jorge. Imóveis: **Estudo aponta os bairros mais caros para comprar casa em Salvador**. Disponível em: <http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/imoveis-estudo-aponta-os-bairros-mais-caros-para-comprar-casa-em-salvador/?cHash=b8cf7ee03d44f5105884da13d5391f45>. Acessado em 09/08/16.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura – Um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LODY, Raul. **Brasil bom de boca: temas de antropologia da alimentação**. São Paulo: Senac, 2006.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas; SANTANA, Isnaia Veiga. **Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses**. 5ª ed. Salvador: Edufba, 2013.

MELLO, Pedro Paulo Thiago de. **Pendura essa: a complexa etiqueta da relação de reciprocidade em um botequim do Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Antropologia

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

OLIVEIRA, Nielmar. **IBGE: renda per capita média do brasileiro atinge R\$ 1.113 em 2015**. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-02/ibge-renda-capita-media-do-brasileiro-atinge-r-1113-em-2015>. Acessado em 09/08/16.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é Cultura**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SILVA, Luiz Antonio Machado. **O Significado do Botequim**. In: Kovarick, Lúcio (org.): Cidades: usos e abusos, São Paulo: Editora Brasiliense, 1978, pp. 77-113.

SIMMEL, Georg. **Sociologia da refeição**. In: CPDOC/FGV Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 33, 2004. Retirado de Der Zeitgeist, Beiblatt zum Berliner Tageblatt, Berlim, n. 41, 10 de outubro de 1910, p. 1-2. Tradução de Edgard Malagodi. Social) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2003.

SOUSA JÚNIOR, Vilson Caetano. **O banquete sagrado: notas sobre a comida e o comer em terreiros de candomblé**. Salvador: Atalho, 2008.

WILLIAMS, Raymond. **Com vistas a uma sociologia da cultura**. In: Cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.