

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
Instituto de Artes e Comunicação Social  
Departamento de Artes  
Curso de Produção Cultural



**De Bar em Bar:**  
**um estudo sobre as transformações da cultura culinária nos botequins através**  
**de um olhar sobre o festival Comida di Buteco em Belo Horizonte.**

Izadora Andrade e Delforge

**Niterói**  
**Dezembro de 2014**

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá**

D351 Delforge, Izadora Andrade e.

De Bar em Bar: um estudo sobre as transformações da cultura culinária nos botequins através de um olhar sobre o Festival Comida di Buteco em Belo Horizonte / Izadora Andrade e Delforge. – 2014.

48 f. ; il.

Orientador: Wallace de Deus Barbosa.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Universidade Federal Fluminense, 2014.

Bibliografia: f. 41-43.

1. Cultura. 2. Alimentação. 3. Gastronomia. 4. Bar (Estabelecimento). 5. Evento especial. 6. Gentrificação. 7. Tradição. 8. Raiz. I. Barbosa, Wallace de Deus. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD 641.591

Izadora Andrade e Delforge

**De Bar em Bar:  
um estudo sobre as transformações da cultura culinária nos botequins através  
de um olhar sobre o festival Comida di Buteco em Belo Horizonte.**

Monografia apresentada ao Curso de  
Produção Cultural da Universidade Federal  
Fluminense como requisito parcial para a  
obtenção do Grau de Bacharel em Produção  
Cultural.

Orientador: Prof. Dr. Wallace de Deus  
Barbosa.

Niterói  
2014



**ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL**

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

Nome do Candidato:

**IZADORA ANDRADE E DELFORGE**

Matrícula: 209.33.063

Título do Trabalho:

**DE BAR EM BAR: UM ESTUDO SOBRE AS TRANSFORMAÇÕES DA CULTURA CULINÁRIA NOS BOTEQUINS ATRAVÉS DE UM OLHAR SOBRE O FESTIVAL COMIDA DE BUTECO EM BELO HORIZONTE**

Orientador: **Dr. Wallace de Deus Barbosa**

Categoria: **Monográfica**

Data da Apresentação: 12.12.2014

BANCA EXAMINADORA

1º Membro (Presidente): **Dr. Wallace de Deus Barbosa**

2º Membro: **Drª. Marina Bay Frydberg**

3º Membro: **Me. Mário Ferreira de Pragmácio Telles**

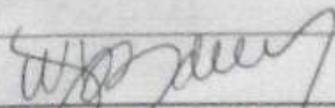
AVALIAÇÃO:

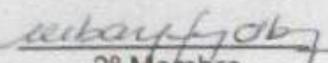
Análise / Comentário

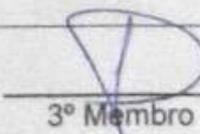
A Banca destaca a relevância do tema e a forma de abordá-lo, conectando com o campo da Produção e Gestão cultural. Destaca ainda a boa apresentação, a escuta bem feita e sugere o aprofundamento da pesquisa em estudos de pós-graduação.

Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora):

ASSINATURAS

  
1º Membro (Presidente)

  
2º Membro

  
3º Membro

## RESUMO

O presente trabalho se propõe a investigar movimentos de reconhecimento da comida de botequim que emergem no campo da gastronomia através do estudo de caso sobre o festival Comida di Buteco. A partir da hipótese que a cultura alimentar sofre interferências, pretende-se desvendar como se apresenta atualmente a baixa gastronomia, a partir da conceituação do termo e contextualização da sua trajetória, passando pelo processo de ressignificação que sofreu esses tipos de comida recentemente. A análise propõe como recorte as novas formas de valorização dessas manifestações alimentares: através do estudo sobre festival Comida di Buteco, é delineado o processo de mudança no cenário dos botequins belo-horizontinos. Para isso o estudo se inicia por uma revisão teórica dos conceitos que orbitam a cultura gastronômica, seguindo por um caminho que pretende elucidar as origens desses estabelecimentos que ofertam a baixa gastronomia, para então analisar de que forma esses produtores culinários foram afetados, como isso se manifestou na comida desses botecos e de que forma isso os aproximam ou os distanciam das tradições de suas cozinhas.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura; alimentação; gastronomia; baixa gastronomia; boteco; festival comida di buteco; gentrificação; tradição; raiz.

## SUMÁRIO

1. Introdução.....	p.08
2. Comida Cultura e Gastronomia.....	p.11
2.1 O Conceito de Cultura.. ..	p.11
2.2 Cultura e Gastronomia.....	p.12
3. Baixa Gastronomia.....	p.18
3.1 A <i>Kombi</i> e o <i>Kilo</i> .....	p.20
3.2 O Boteco.....	p.21
3.2.1 A Baixa Gastronomia no Boteco.....	p.24
4. Estudo de Caso.....	p.27
4.1 O Festival Comida Di Buteco.....	p.27
4.2 Mudanças no Cenário.....	p.28
4.3 Tradição Culinária.....	p.32
5. Conclusões.....	p.38
6. Bibliografia.....	p.41
7. Anexos.....	p.43

*À empada que matou o guarda.*

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus avós Dineia, Angela e Zé Dilermando cujas trajetórias me enchem de orgulho e em quem eu enxergo o início de mim mesma;

Aos meus pais, Cristina, Alexandre e Aloyzo, pelo amor e apoio incondicional, e por acreditarem em mim quando eu menos acreditava;

A Anele, minha guia, que além de forças me emprestou sangue, papel, e suor, e me ensinou a arte de todos os viveres;

A Larissa, que foi meu ponto de partida, cujo incentivo e a dedicação foram cruciais neste processo;

Aos meus sempre amados Ismael e Pablo que me trouxeram momentos de luz no início dessa caminhada;

Ao Gabriel Lana pela eterna paciência e por sua incrível capacidade de me trazer paz no meio das tempestades;

A Bruna, Ana Beatriz e Luisa pelos momentos de angustia, alegria e realização compartilhados nesta saga universitária;

A Júlia e Luise por todas as pausas entre um capítulo e outro, que me fizeram enxergar que o valor das coisas não é dado nas perdas e sim nas retomadas;

Aos mestres que me tiraram da condição de aluna e me fizeram protagonista de uma longa caminhada em busca do saber;

A todos os encontros e desencontros, principalmente os realizados em mesas de bar entre uma cerveja e guardanapos. Conversas, discussões, filosofias, afetos, que não só me inspiraram em cada linha deste trabalho como deixaram suas marcas pra sempre em mim.

*“Olho em redor do bar em que escrevo estas linhas. Aquele homem ali no balcão, caninha após caninha, nem desconfia que se acha conosco desde o início das eras. Pensa que está somente afogando problemas dele, João Silva... Ele está é bebendo a milenar inquietação do mundo!”*

*(Mario Quintana)*

## 1 INTRODUÇÃO

Essa pesquisa tem como objetivo conceituar a baixa gastronomia e compreender a lógica do festival Comida di Buteco, bem como questionar o que ele se propõe: a valorização da culinária de raiz. A fim de descobrir se realmente houve a valorização deste tipo de comida com o surgimento de um festival dedicado às comidas de boteco - um grande segmento dessa culinária - o presente trabalho se propõe a investigar o imenso terreno da baixa gastronomia e procurar elementos da tradição e da culinária regional presentes nela; identificar e compreender alguns dos novos movimentos culinários que estão presentes no Comida di Buteco; e refletir o papel dos festivais gastronômicos como recurso de valorização da cultura alimentar brasileira.

A escolha do tema deve-se ao crescente interesse de investidores do setor privado nesse festival, que objetiva o resgate e a valorização de uma tradição culinária. Pelo viés econômico vemos que se tornou rentável uma prática de cozinha de menor custo e menos requintada. A temática trabalhada aqui ganha importância tendo em vista que há uma atual tendência à valorização da cultura alimentar tradicional, por meio do resgate de ingredientes pela alta gastronomia, e da busca pelo sabor e ao modo de fazer originais a partir de incentivos dados à baixa gastronomia. Há também interesse particular e preferência temática pela gastronomia e culinária, pelo boteco como local de encontros, trocas e comunhão e uma curiosidade pessoal pela comida como fator cultural e de identidade de um povo.

Devido à natureza qualitativa da hipótese e dos objetivos que foram determinados, o método científico que mais se adequou a essa pesquisa monográfica foi o dialético, estabelecendo-se dessa forma constante diálogo entre

os resultados obtidos e o contexto social que os abriga. Portanto, empreendeu-se uma análise sobre a valorização da baixa gastronomia a partir de um estudo de caso acerca do festival Comida di Buteco.

Para a conceituação teórica utilizou-se algumas técnicas, tais como, pesquisa documental e bibliográfica, além do trabalho de campo e da pesquisa participante, obtendo-se assim um preciso levantamento de dados. A pesquisa bibliográfica foi fundamental para melhor investigar e interpretar os resultados obtidos com o trabalho de campo. Como instrumento foi adotado o recurso de fichamento das leituras realizadas. Já a pesquisa documental foi direcionada ao estudo de caso, auxiliando assim na melhor compreensão do objeto, explorando fontes documentais como sites, revistas e jornais. A observação participante foi realizada por meio de visitas a bares e botequins integrantes do Comida di Buteco 2014 com o objetivo de coletar informações a respeito das manifestações culinárias ali existentes, tendo como experimento a degustação dos pratos e a realização de conversas com os cozinheiros e donos destes lugares, além de verificar a dinâmica organizacional do evento e obter uma aproximação com o público. A análise de dados se deu através da análise documental e de conteúdo, a fim de explorar todos os elementos metodológicos desta pesquisa. Desta forma, o presente trabalho está estruturado em quatro capítulos: Comida, Cultura e Gastronomia; Baixa Gastronomia; Estudo de Caso; e Conclusão.

O primeiro capítulo trabalha o conceito de cultura, situando a alimentação dentro de suas práticas. Neste ponto, é desenhado um breve panorama histórico, político, econômico, religioso e cultural. O objetivo é reconhecer a gastronomia como um conceito amplo e múltiplo, que possibilita manifestações de variadas vertentes.

No segundo capítulo é estabelecido o conceito de baixa gastronomia. Para a abordagem são explicados os termos baixa, alta e média cultura, que possuem reflexos nesse tipo de alimentação. Neste ponto aborda-se as várias práticas de baixa gastronomia, passando pelas *kombis*, pelos restaurantes à quilo e chegando finalmente no boteco, onde é feito um estudo mais aprofundado, contextualizando-o e expondo sua cozinha.

O terceiro capítulo aborda o estudo de caso realizado acerca do festival Comida di Buteco. Neste capítulo dados sobre o evento são apresentados e

confrontados. São estudados também os reflexos do festival nos botecos dele participantes.

Como conclusão, foram estabelecidas as relações entre tradição e troca, considerando as mudanças acarretadas pelo festival. Ao final são feitas considerações finais sobre os achados do estudo.

## 2 COMIDA, CULTURA E GASTRONOMIA

### 2.1 CULTURA

O conceito de cultura é indiscutivelmente amplo. Suas distintas formas de entendimento culminaram em diversas correntes teóricas, nos diferentes campos de estudo. Levando-se em conta essa multiplicidade de sentidos conceituais sujeito às mais diversas interpretações, não se deve pretender chegar a um único conceito de cultura, no entanto é primordial que se aponte qual visão será utilizada para fins de fundamentação teórica deste estudo:

Das muitas formas de se entender a cultura, algumas foram embasadas na relação entre cultura e natureza / cultura e sociedade, na tentativa de firmar uma maior limitação conceitual ao termo. Essa primeira distinção representa a cultura como aquilo criado ou desenvolvido pelos homens, e a natureza, por sua vez, o que já estava dado, que se apresenta como estado natural das coisas. Pela palavra ter sua origem etimológica derivada de processos agrícolas ou hortícolas de cultivo do solo, sua interpretação é assim sugerida como um termo que se refere ao processo de transformação, interferência e mudança (ANDRADE; SOARES; HUCK, 1999, passim).

A cultura dessa forma insere-se em uma definição que a entende dentro de um conceito antropológico com implicações políticas e sociais. Onde o homem é agente transformador de uma realidade natural em uma singularidade cultural em que suas ações mais básicas estariam submetidas a essas interferências sociais, hábitos e costumes praticados por ele mesmo e compartilhados por suas comunidades identitárias. Segundo Botelho (2001), a cultura se dá “através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir,

constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas”.

Aqui trabalharemos um conceito alargado de cultura, onde todos os indivíduos a produzem, num conjunto de invenções coletivas de valores, ideias, significados simbólicos e comportamento de um ou outro grupo social, “de modo a afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres e sujeitos culturais” (CHAUÍ, 1995, p.81). Pressupõe-se que cultura é um modo de fazer, pensar e agir, refletido tanto em suas produções materiais quanto no seu fazer cotidiano, expressada em rituais incorporados, como até mesmo o de se alimentar de um grupo.

## 2.2 CULTURA E GASTRONOMIA

O alimento sempre foi algo natural, inerente ao ser humano. Anterior ao hábito, ao costume, alimentar-se é uma necessidade fisiológica dos seres vivos. No entanto, o homem transformou a partir de processos culturais com o uso do fogo e a domesticação (agricultura e pecuária), o simples hábito de nutrir-se e com isso incluiu nos fatores da vida que não pertencem à ordem natural, mas a ordem artificial, cultural, das coisas (MONTANARI, 2008, p.15).

O homem transforma a comida em cultura quando não utiliza apenas o que há na natureza para produzi-la, desejando assim criar o próprio alimento (*ibid.*, p.16). Ele constrói instrumentos e insere automatizações em sua produção de forma a conseguir uma sobreposição às estações e um aumento antinatural da disponibilidade, tanto referente às novas regiões onde é possível fazer o cultivo quanto à quantidade de determinados itens disponibilizadas. Também controlam geneticamente seus produtos com combinações entre espécies e fazem o uso de aditivos e produtos de controle físico, químico ou biológico, que alteram não só a forma e a consistência daquilo desejado, mas geram alimentos mais resistentes às ações naturais de degradação, possibilitando produção em grande escala a um custo reduzido, criando um cenário de abundância em que é possível trabalhar com ingredientes próprios de algumas regiões do mundo em qualquer localidade, época do ano, a baixo custo, com fartura e fácil acesso.

O alimento também é transformado em seu preparo ao valer-se de técnicas elaboradas, por exemplo, a utilização do fogo como elemento modificador, garantindo o aprimoramento da cozinha (*ibid.*, p.55-60). Neste momento, a produção de objetos a partir da cerâmica foi fundamental neste processo uma vez que permitiu juntamente com o uso desta nova técnica, além dos assados, fossem produzidos os cozidos. Com a conquista de sabores e texturas variados, se obteve uma maior segurança na ingestão de carnes e líquidos - uma vez que submetidas a altíssimas temperaturas, determinadas bactérias comuns devido ao mau armazenamento e contaminação da água, não se proliferariam. Com essas técnicas, o homem incluiu em sua dieta a utilização de temperos como elemento essencial para o desenvolvimento dos pratos seja ele básico como o sal ou raro como o açafrão. Inclusive os esforços não medidos para a busca por novas especiarias, o que impulsionou as grandes navegações, é um grande apontamento para demonstrar que a sede pela busca de prazer através da comida não é facilmente barrada. A culturalização está presente até mesmo na antiozinha com a negação destes demais processos e a incorporação do alimento cru e selvagem (*ibid.*, p.71-75). O que parece ser a contestação da cultura em uma forma de retorno ao estado natural da comida com a interferência mínima do homem, está ainda impregnada dela, sendo sua prática, o tratamento correto do alimento e seleção daquilo adequado para o consumo, um saber passado de pessoa para pessoa ao longo dos tempos.

Mais ainda, o homem desenvolve sua alimentação de forma cultural quando, apesar de disponibilidade, fartura dos alimentos, e domínio de técnicas, seleciona o que vai comer baseado em fatos sociais, transgredindo o valor propriamente nutricional da comida e atribuindo valores simbólicos a ela: “As comidas têm histórias sociais, econômicas e simbólicas complexas”, diz Mintz (2001), “o gosto do ser humano pelas substâncias não é inato, forjando-se no tempo e entre os interesses econômicos, os poderes políticos, as necessidades nutricionais e os significados culturais.”. Esses fatores econômicos, políticos e ainda os religiosos, moldam as práticas alimentares, restringindo e permitindo determinados alimentos impondo dessa forma barreiras.

O fator econômico disponibiliza a cesta (variedade de produtos) de uma região, e restringe certos alimentos conforme o orçamento familiar. Uma crise no fornecimento de carne em Nápoles, por exemplo, fez com que o costume de comer

uma massa acompanhada de um pedaço de carne fosse substituído pelo consumo da massa como prato único (MONTANARI, 2008, p.175) e incentivou a criação de novas receitas – uma vez que a carne não era abundante, os poucos pedaços disponíveis eram cortados em pequenos cubos e adicionados ao molho, criando assim o molho à bolonhesa. A economia pode afetar a cultura, no entanto os costumes afetam a oferta, e a cultura afeta a economia. A preferência por determinado alimento ou ingrediente faz com que ele seja mais rentável do ponto de vista econômico, é o exemplo do feijão preto no Rio de Janeiro. Devido à demanda, os supermercados compram mais feijão preto de seus fornecedores mesmo tendo o mesmo acesso a todas as variedades e conseqüentemente geram uma resposta de ação e reação em que seus fornecedores e produtores investem mais nesse tipo de feijão, pois seu consumo previsto é maior.

Já o fator religioso condena o consumo de certos alimentos, como o caso do porco e mariscos na religião judaica, “As regras alimentares servem como rituais instauradores de disciplinas, de técnicas de autocontrole que vigiam a mais insidiosa, diuturna e permanente tentação. Domá-la é domar a si mesmo” (CARNEIRO, 2003, p.119). A imposição de proibições sobre a vontade gustativa do homem é justificada como sendo um sacrifício libertador. Se afastando destas difíceis restrições o homem estaria negando as tentações mundanas, associadas ao diabólico, mantendo o sua pureza, sua inocência e afirmando o poder de seu(s) deus(es) e de sua religião sobre o seu corpo. Como no mito de Adão e Eva: o paraíso podia ser usufruído desde que se resistisse ao consumo do fruto proibido, simbolizado na Bíblia pela maçã, constantemente ofertado pela figura da serpente, que representaria o demoníaco. A partir do momento que a maçã é mordida, Deus expulsa os impuros do paraíso e os condena a viver na terra, não mais protegidos de todo o mal.

Enquanto o fator político incentiva ou proíbe o consumo de determinados alimentos, como o acontecido com a *Coca-Cola*, por exemplo, símbolo do imperialismo norte americano, conforme um respeitado jornalista declarou em 1938: “essência sublimada de tudo o que a América representa, uma coisa decente, honestamente feita, conscientemente melhorada com os anos”<sup>1</sup> (PENDERGRAST,

---

<sup>1</sup> “sublimated essence of all that America stands for, a decent thing honestly made, conscientiously improved with the years.”

2013, p.183). Durante a guerra fria, a *Coca-Cola* foi associada não somente aos Estados Unidos como aos valores ocidentais e ao capitalismo, de forma que durante esse período a bebida foi proibida nos países soviéticos. Os casos de proibições alimentares se dão por toda a história, e os motivos são variados - a exemplo da lei seca nos Estados Unidos, bem como as tentativas de burlar essas regras, seja como forma de protesto ou resistência aos governos, e simplesmente como tentativa de agradar ao gosto/paladar, o caso do general Georgy Konstantinovich Zhukov contado por Standage (2005, p.201-202): o líder militar soviético durante as negociações a respeito da divisão da Alemanha foi apresentado à *Coca-Cola* e teve seu gosto agradado por ela, no entanto, como símbolo norte americano ele não poderia ser visto tomando a bebida. Zhukov então fez um pedido incomum: uma *Coca-Cola* sem corante, de modo que a bebida se assemelhasse à *vodka*. Seu pedido foi atendido e a bebida incolor foi enviada ao líder em garrafas com tampas lacradas brancas e no lugar do rótulo uma estrela vermelha soviética.

Se as possibilidades do consumo de alimentos são infinitas ao passo que a disponibilidade, técnicas de preparo amplamente difundidas, facilidade de produção e distribuição, contribuíram pra isso, cabe à cultura determinar o que é ou não comestível, ditar regras, permissões e interdições alimentares. Dessa forma, moldando gostos, formas de consumo e até a própria comensalidade (GARCIA; CANESQUI, 2005, p.9). A emblemática frase de Brillat-Savarin “dizei-me o que comes e te direi quem és”, foi substituída por “dizei-me o que comes que te direi de onde vens” (MACIEL, 2005, p.54), corroborando a ideia de que os hábitos alimentares estão submetidos às culturas de múltiplos grupos sociais: “Dize-me o que comes e te direi qual deus adoras, sob qual latitude vives, de qual cultura nascestes e em qual grupo social te inclui. A leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm delas mesmas, na visão que elas têm de sua identidade.” (*ibid.*, p. 50 *apud* BESSIS, 1995, p.10).

Até mesmo o costume da alimentação em conjunto é próprio da espécie humana, reforçando o valor simbólico atribuído à comida. A partir do momento que o ato é compartilhado ele sai da esfera do funcional para atingir um valor comunicativo, carregando valores de identidade e pertencimento de um grupo (MONTANARI, 2008, p.157). ‘Comer junto’ perdeu o seu caráter substancial, do comer apenas para nutrir-se, tornando-se basicamente circunstancial, elemento

representativo de união e troca. Isso não apenas na sociedade da abundância, mas como colocado a seguir “[...] a carga simbólica da comida é ainda mais forte quando ela é percebida como instrumento de sobrevivência diária.” (*ibid.*, p.158), em que a comida assume uma carga vital e a mesa se torna metáfora da vida, celebrada e dividida entre os entes queridos.

Nesse sentido, a cultura está presente ao longo de todo o percurso, do cultivo, ao prato, transformando o simples em elaborado e a alimentação em gastronomia. A gastronomia não como algo reservado aos restaurantes e aos grandes chefes, mas segundo o conceito de Brillat–Savarin trabalhado em seu livro *A Fisiologia do Gosto* (1995), no qual a gastronomia é reconhecida a partir da concepção de comer e beber buscando apenas o prazer através do alimento, aliando o gosto às práticas de cozinha, ao prato servido, à experiência da comensalidade: “O prazer da mesa é próprio da espécie humana; supõe cuidados preliminares com a preparação da refeição, com a escolha do local e a reunião dos convidados. O prazer de comer exige, se não da fome, ao menos o apetite; o prazer da mesa, na maioria das vezes, independe de ambos” (BRILLAT-SAVARIN,1995, p.170). Assim, podemos falar de uma gastronomia cotidiana, com caracterizadas formas de tratamento do alimento, apresentações dos pratos e consumo desde que prazeroso destes: a gastronomia culinária, repleta de signos e de significados, culturalmente reconhecida ou desprezada, que transpõe seu valor nutricional e entra no território da tradição dos mitos e dos costumes que compõe um grupo.

Sendo o prazer o objetivo da gastronomia, é preciso desmistificar a necessidade de grandes chefes, de equipamentos altamente custosos, e um paladar condicionado à apreciação de apenas uma das gastronomias, a das elitizadas cozinhas em que se trabalha a alta gastronomia. De acordo com esse dilatado conceito percebem-se diversas nuances gastronômicas. O ambiente pode ser um renomado restaurante ou uma simples bodega, locais onde o alimento é preparado com técnicas igualmente complexas - considerando que a conhecida cocção, por exemplo, tem o mesmo grau de dificuldade que as transformações químicas usadas na curiosa gastronomia molecular, no entanto, uma técnica é mais ou menos difundida ou popularmente dominada, fazendo que pareça com que uma seja mais complicada e refinada que a outra. Para distingui-las umas das outras conforme se diferem em suas características, práticas e consumo, classificando-as de acordo

com seu tipo, costuma-se usar termos como alta gastronomia, gastronomia viva, a própria gastronomia molecular, e, recentemente, o conceito de baixa gastronomia.

### 3 BAIXA GASTRONOMIA

A produção cultural na maioria das vezes é submetida a critérios, seja por críticos, público ou até mesmo pela própria classe artística, que a identifica conforme sua origem. Alguns termos foram criados para designar uma ou outra arte, um deles, a alta cultura ou *highbrow* seria responsável pelo erudito, intelectual, universal: a música, a literatura e cinema clássicos - tudo aquilo produzido e aprovado por um grupo artístico seletivo, estudado e trabalhado, que prescindissem de análises e referências para que seu significado fosse desvendado, almejando assim uma arte maior, a elevação cultural. No entanto, como essa produção não se resume apenas aos meios intelectuais, as produções populares, realizadas fora das academias, nas ruas, sem visarem um objetivo grandioso além de expressarem os hábitos, costumes e tradições de determinados grupos, foram enquadradas dentro do conceito de baixa cultura ou *lowbrow*. Nesse lugar temos os filmes independentes, a música popular, o teatro de arena, entre tantas outras manifestações regionais. Apesar de terem origens distintas e pertencerem cada qual a um núcleo os indivíduos produtores são atravessados o tempo todo por interferências de uma ou outra produção, o que faz com que essas diferentes culturas, altas e baixas, se misturem e se confundam. É comum à busca nas influências populares por artistas clássicos, como Guimarães Rosa e sua inspiração no som dos sertanejos para recriar a língua portuguesa em “*O Grande Sertão Veredas*” (LIMA, 2001). Ou Picasso que se inspirou em máscaras africanas para sua obra “*Deimoselles d’Avignon*” (*ibid*), ainda dessa forma a alta e baixa cultura permanecem como tal. Existe, no entanto, outra categoria, *Middlebrow* ou média cultura, popularizada por Margaret Widdemer em seu ensaio “*Message and Middlebrow*” em *The Saturday Review of Literature* em 1933. Nessa nova categoria se encaixariam produções com ambições universais, porém sem o requinte da alta cultura, e influências regionais, mas sem a autenticidade da baixa

cultura. Representando essa categoria, a média cultura, estariam as culturas pop, como Andy Warhol, Duchamp, Elvis Presley, Beatles.

Para alguns autores, cada um desses níveis de cultura estaria associado com uma ou outra classe social, devido à produção por meio delas, a proximidade da linguagem, e o acesso facilitado. A alta cultura seria a cultura da elite, a baixa cultura, a do proletariado e a média cultura, a cultura da classe média (*ibid*). Apesar de serem estigmatizadas dessa forma, é possível cada vez mais a transição do público entre uma e outra, graças às políticas de acesso, ações educativas, o reconhecimento e exaltação dessas muitas formas de manifestações.

Semelhante ao observado nas produções culturais, o termo baixa gastronomia, surgiu em contraposição à alta gastronomia. A baixa gastronomia nada mais é que a cozinha simples, que utiliza técnicas de preparo muitas vezes familiares, passada de geração para geração. Culinária, pouco aplaudida pelos renomados meios gastronômicos, é marcada principalmente pela fartura, simplicidade dos ingredientes e pelo baixo custo de produção.

É baixa por que os personagens não serão grandes chefes ou restaurantes estrelados. As comidas abordadas serão aquelas altamente saborosas, bem servidas e com custo/benefício vantajoso. Por aqui, muita fartura, e nada de trufas brancas, ostras ou caviar, com todo respeito que estes merecem! (NETO, 2009)

O cenário é a rua, os bares e os restaurantes a quilo. Com seu custo razoável, familiaridade da comida e democrático ambiente, o alimento é preparado sem muito problema, mas sempre bem temperado e saboroso. O preço da refeição é modesto devido à popularidade de alguns ingredientes utilizados, como mandioca, batata, carne de segunda, feijão, entre outros. E, devido a isso, também há fartura.

Apesar do termo pejorativo que “baixa” confere à gastronomia, esse tipo de comida, ainda que direcionada ao consumidor de menor poder aquisitivo, conseguiu entranhar no gosto brasileiro e atingir um público outro, que buscava ali um sabor tão acentuado que alcança às vezes o vulgar - a intensidade de ingredientes pouco peculiares, transformados com fortes temperos e mesclados modos de preparo (um mesmo prato pode passar pelo óleo, forno e chapa). No entanto, a baixa gastronomia não perde com isso seu status de comida menor e, para que haja sua ampla adesão, é necessário que se eleve ela a, quiçá, um status de média

gastronomia. Como observado a seguir no caso das *kombis* do *kilo* e, finalmente, dos botecos.

### 3.1 A KOMBIE O KILO

A baixa gastronomia saiu das cozinhas caseiras e ganhou as ruas. O restaurante a quilo surgiu pela primeira vez no Brasil em 1985, em Belo Horizonte. Aliado ao atendimento *self-service* esse restaurante foi “idealizado para baratear o preço final ao consumidor” (REBELATO, 1997, p.323), de forma que havia 2 opções de carne, 3 tipos de acompanhamento e 2 saladas. No restaurante o cliente se servia conforme desejava e ao final havia uma balança, em que se pesava o alimento, retirando-se o peso do prato (tara) e o preço era dado por quilo, daí o nome. “Seu início foi primordialmente uma opção mais popular de alimentação” (*ibid.*, p.322), onde se podia calcular exatamente o que se iria pagar, e se pagava exatamente o que se iria consumir.

O *kilo* se tornou uma alternativa de comida rápida e barata para substituir a caseira, não mais tão acessível aos curtos horários de almoço no meio do expediente - não é possível preparar algo em casa, então se come na rua à um bom preço. Esses restaurantes, antes simples, se complexificaram criando opções cada vez mais numerosas e elaboradas. Hoje são capazes de atender a múltiplos grupos sociais, com gostos distintos e com verbas variadas. Isto graças ao farto cardápio, onde o cliente pode se servir tanto de arroz e feijão quanto de *paella*, salgadinhos fritos, saladas, carnes e caldos. Aliado ainda ao fato de alguns restaurantes também trabalharem com diferenças de preço do quilo entre horários mais e menos concorridos.

Segundo Dória em “Elogio ao *kilo*”: “Os dois grandes atores dessa nova cozinha popular são, de um lado, os indivíduos e suas fabulações gastronômicas e, do outro, o bolso - este encarnado no tíquete-restaurante e na racionalidade capitalista do dono do *kilo*.” (DÓRIA, 2006. p.261). Atraindo não só empregados, mas pessoas de todas as classes que enxergam ali uma oportunidade democrática

de exercer suas heranças gustativas, devido à variedade de pratos disponíveis (*ibid.*, p.260)

Já as *kombis* encontraram seu caminho numa tentativa de substituir as insípidas e caras redes de *fast-food*, direcionando sua comida ao público de renda mais baixa como explicitado por DÓRIA em seu “Enigma do Churrasco de Gato”:

Boys a pé motorizados, secretárias, auxiliares de escritório, o pessoal da limpeza - gente, enfim, que não tem dinheiro para frequentar o ‘kilo’ - encontra nesses *trailers*, *kombis* ou simples tabuleiros improvisados o seu ponto de parada obrigatória para uma refeição rápida e barata.[...] esse o mundo de quem não tem grana e, mesmo assim, precisa comer e, quiçá, conquistar um rápido prazer. (*ibid.*, p.267)

A diversidade desse tipo de comida é grande de forma que cada *kombi* serve um prato, variando entre churrascos, sanduíches, massas, etc., no entanto é difícil encontrar em um mesmo vendedor duas ou mais comidas devido a própria limitação do espaço. As *kombis*, com um volume médio de trinta metros cúbicos, são equipadas especificamente para sua vocação, impossibilitando essas combinações e a variação repentina do serviço, mantendo o vendedor estritamente no mesmo ramo alimentício, servindo apenas algumas variações do prato proposto.

No entanto, ao contrário do sugerido por Dória, apesar de rápida e barata essa refeição é saborosa. Não pode ser comparada aos refinados pratos de grandes restaurantes, uma vez que o ambiente, apresentação, técnica, e tipos de ingrediente se diferem, no entanto, esses pequenos cozinheiros aprimoraram suas receitas e fizeram dessa uma interessante forma de gastronomia. Atraindo cada vez mais clientes, que desejavam conhecer e saborear esses pequenos *fast-foods*.

À medida que essa comida foi sendo reconhecida por um público de maior poder aquisitivo, abriu-se um novo mercado adepto de comidas mais requintadas. O aumento do preço dos imóveis aliado à procura por esse novo público fez com que as *kombis* se tornassem uma nova tendência e hoje é possível comer em qualificados estabelecimentos, com comidas – muitas vezes internacionais, feitas pelas mãos de renomados chefes, na rua. Os famosos *food trucks* viraram febre e em São Paulo, por exemplo, pode-se encontrar comida peruana (La Peruana Food Truck), comida mexicana (La Buena Station), comida argentina (El Favorito), japonesa (Makinbox Temakeria Móvel), espanhola (Paellas Pepe Food Truck) e até

mesmo, contrariando a prática de lanches calóricos, comida saudável (Food and Health Fit Truck).

As *kombis* e os *kilos* com sua resignificação subiram de patamar. É claro que ainda encontramos os pequenos restaurantes a quilo, com preços baixos e menor variedade de pratos, e *kombis* com lanches simples e baratos. A inovação atinge esses meios, mas não o produtor, é difícil para um pequeno empresário conseguir renovar, ampliar e requintar o seu negócio. O que acontece nesses casos é a entrada de outros e novos empreendedores, que vêem ali uma oportunidade de se inserirem nesse mercado, encontrando espaço e público para seus investimentos. Um pouco diferente do caso dos botecos que será tratado a seguir.

### 3.2 O BOTEÇO

Para entender os bares e os botequins é preciso voltar na sua história, que não tem origem tão recente quanto a dos *kilos* e dos carros de comida, remontando os tempos das antigas boticas e tascas portuguesas, que a princípio eram lugares restritos aos homens (LUZ, 2010, p.7). Representavam para as classes mais baixas um espaço democrático, de convívio, onde questões cotidianas eram resolvidas bebendo-se e comendo-se. “Tanto que, em algumas tascas, quem trazia o petisco, sempre saboreado com um bom azeite, não pagava o vinho.” (*ibid.*, p.7).

Trazido ao Brasil, esse modelo continuou a funcionar, mas com adaptações locais, nas pequenas mercearias, em que eram vendidos produtos variados, como sabão em pó, pregos, linguiça, grãos a granel, enlatados e bebidas, como a cachaça (de fabricação local ou própria) e a cerveja engarrafada. Ao invés de serem adquiridas e levadas pra casa para apreciação, essas bebidas eram muitas vezes saboreadas ali mesmo, entre uma compra e outra ou no meio do expediente, acompanhadas de um belisquete, fosse uma mortadela, um pedaço de queijo, azeitonas, sardinhas, o que quer que estivesse disponibilizado ali para venda e que fosse de fácil consumo, conforme se pode observar no relato a seguir:

Comecei a beber profissionalmente antes dos dezoito anos. Morava no Méier, bairro de Hélio Delmiro e João Nogueira. Numa rua estreita, existia

uma dessas mercearias de administração familiar. É o tipo de lugar em que você entra quando se esqueceu de comprar algo no grande mercado. O lucro da cerveja ali era mais da entrega em domicílio, duas numa sacola pra viagem, um vale dos cascos anotado, coisa assim. Cismeí de beber ali, entre as batatas e grosas de ovos na embalagem apropriada. Depois descobri um queijo parmesão Faixa Azul. Ele pesava uma fatia grande e, no próprio papel de embrulho eu beliscava a peça aguçando uma gelada. Um dia vieram mais amigos. O dono, às escondidas, colocou meia dúzia de *bramas* no freezer dos sorvetes. E me fez uma surpresa. Comprou três tipos diferentes de queijo e enfeitou o balcão, tirando os ovos e outros tubérculos. O mercadinho em pouco tempo ganha cartazes de show nas paredes e um rádio na estação da moda, e a esposa do dono fritava sardinha enquanto alguns caixotes, servindo de cadeira, são o novo mobiliário da calçada em frente. (*ibid.*, p. 53-54)

Esse tipo de consumo tornou-se hábito e os estabelecimentos prosperaram, formalmente como vendas e informalmente como casas familiares em que se pagava um módico preço pela cerveja da geladeira e menos ainda para filar o almoço que as donas das casas preparavam para a família. Um pouquinho da carne cozida e, se tivesse mandioca e até mesmo um bom pão para acompanhar melhor ainda! O importante era botar a conversa em dia e alimentar o corpo com pão e cerveja, tradição herdada, dos primórdios da humanidade:

Embora ela não seja mais usada como forma de pagamento e as pessoas não mais se cumprimentem umas às outras com a expressão 'pão e cerveja', na maior parte do mundo a cerveja é considerada a bebida básica do homem trabalhador. Brindar à saúde de alguém antes de tomar cerveja é um vestígio da crença antiga em suas propriedades mágicas. E sua forte associação com uma interação social amigável e desprentensiva permanece imutável: é uma bebida feita para ser compartilhada. Seja em aldeias da Idade da Pedra, salas de banquete da Mesopotâmia ou bares e restaurantes modernos, a cerveja vem congregando e reunindo as pessoas desde a aurora da civilização. (STANDAGE, 2005, p. 38)

A cerveja sempre exerceu sua função como bebida social, seja seu consumo na antiguidade em grandes recipientes por meio de longos canudos, ou em copos largos, desde que se realizasse o ritual do brinde - fossem aos deuses ou simplesmente para mostrar que aquele líquido era apropriado para o consumo e não havia sido envenenado ou coisa parecida (*ibid.*, p.21) Segundo Standage (*ibid.*, p. 22) "Partilhar uma cerveja com alguém é um símbolo universal de hospitalidade e amizade".

Também o hábito da alimentação em grupos, do sentar à mesa e dividir a comida, tem por si só uma função social, referindo inclusive a própria etimologia da palavra "convívio", que aproxima o viver junto do comer junto (MONTANARI, 2008,

p.159). Como colocado por “Plutarco em *dispute conviviali* [Debates conviviais], ‘não nos convidamos uns aos outros para comer e beber simplesmente, mas para comer e beber juntos.’” (*ibid*, p.157), de forma que a mesa foi considerada por muito tempo um lugar de disputa política, explicitado pela sua geografia na idade média em que os lugares eram colocados conforme a importância e o reconhecimento do indivíduo e até mesmo pela partilha do alimento em que os cortes das carnes, as partes nobres da comida, são destinados de acordo com a hierarquia à mesa (*ibid*, p.153). A menos que se queira celebrar a falta dela, de modo que a própria estrutura da mesa, quadrada ou redonda, facilitaria isso, e a comida servida em partes iguais, previamente divididas, dispostas em um único recipiente, partilhado por todos os comensais.

Assim, o boteco virou o ambiente perfeito para dois costumes que sobreviveram e encontraram um no outro o par ideal e nos botecos o ambiente perfeito para o propósito que buscavam: o de beber cerveja em conjunto e de dividir igualmente o alimento.

### 3.2.3 Comida de Botequim

Por seu histórico e origem, a comida servida nos botequins contemporâneos são releituras simplificadas daquelas cozinhas das donas de casa ou dos mantimentos encontrados facilmente naqueles armazéns. É comum achar nos botecos mais simples amendoim, pão, ovo colorido, frios e conservas. Já em outros, que possuem cozinheiros ou apenas cozinha, vemos petiscos como batatas fritas, mandioca cozida, carne de panela, linguiça, pernil e até mesmo feijoada. São comidas simples cujos segredos e peculiaridades locais do preparo as tornam especialidades. Boa parte das casas prefere manter um cardápio pequeno, com duas ou três opções, e nunca se comerá o mesmo prato, por mais idênticos que sejam seus ingredientes, em botecos diferentes. As receitas ali executadas, mesmo que tenham a mesma base, foram aperfeiçoadas por décadas: a cada vez um segredo novo, em cada preparo um aprendizado.

Dos ambientes de outrora os botequins também não se distanciaram muito. Ainda encontramos, principalmente no interior do país, pequenas lojas em que produtos para venda disputam espaço com copos, palitos e garrafas, com longos balcões onde se espalham os fregueses e mesas improvisadas. E muitas vezes podemos observar o funcionamento ainda como o das casas familiares, pequenos espaços onde a espremida cozinha é a estrela e seus fãs se apertam entre mesas e cadeiras, vazando muitas vezes para as calçadas.

Esses estabelecimentos são frequentados por uma clientela fiel, que escolhe seu preferido de acordo com a comida que mais lhe convém, a temperatura da cerveja e a identificação com as pessoas ali presentes e os assuntos ali discutidos, debatidos, e veementemente defendidos entre um gole e outro. Democrático, esse ambiente acolhe desempregados, escritores, estudantes, psicólogos, curiosos, filósofos de fundo de garrafa, enfim, todos os que resolverem dar uma chance àquela módica instalação e se arriscaram, sem arrependimento, no prato do dia.

O problema não é o preço, com produtos pouco nobres e instalações pouco pomposas o custo do prato é baixo. Com técnica e maestria aperfeiçoadas por gerações, botecos transformam carne de segunda e jiló em um incrível banquete. Fartura e sabor andam lado a lado. Apesar disso, encontra-se uma resistência a esses meios e principalmente a essa comida pela população. Devido a informalidade, a baixa exigência de seus frequentadores e a falta de fiscalização, bons botequins não são exemplo de limpeza e cuidado, de acordo com LUZ (2010, p.24) “Banheiros duvidosos, tapetes de guardanapos amassados, moscas no conhaque e óleo de um ano – tudo isso era verdade (e ainda é)”. Mas, logo é justificada a sobrevivência desses ambientes quase insalubres:

O sujeito que gosta de bar reconhece num prego enferrujado de que pende o abridor curvado pelo tempo um diamante de importância. A emoção de escutar a panela de pressão amolecendo as moelas que virão no molho de tomate, o alívio de encontrar a porção de pastel sequinha, sem gordura, e confiar cegamente na empada de camarão, crustáceo pescado há poucos minutos no mar que banha nossos corações, é fundamental. Digo mais: é genético. Tem que nascer dentro da gente. (*ibid.*, p.19).

Por causa dessas questões, os botecos ganharam o apelido de copo-sujo ou pé-sujo, a depender da região. Enquanto seus frequentadores não abrem mão de sua cerveja e petisco no final do dia, existem aqueles que preferem os restaurantes

e que juram que jamais entrariam em um daqueles. O que de certa forma não os torna muito populares, confere caráter e dita a personalidade de cada botequim aos olhos de seus frequentadores, seja a forma de fechar a porta do banheiro com o auxílio de um cabo de vassoura ou o mau humor cheio de carinho dos garçons. Não é preciso que a casa esteja cheia todos os dias, a clientela fiel garantirá que as portas não se fechem, e será o grande motivo para que a cerveja esteja sempre gelada e a cozinha funcionando a todo vapor.

## 4 ESTUDO DE CASO

### 4.1 O FESTIVAL COMIDA DI BUTECO

Dezesseis anos atrás, em um evento da antiga Rádio Geraes FM em Belo Horizonte, o chefe de cozinha Eduardo Maya propôs a publicitária Maria Eulália Araújo que juntos criassem um concurso entre os botecos mais tradicionais da cidade a fim de “resgatar a boa culinária de raiz” (TITA, 2007, p.7) e diversificar os pratos existentes. Com incentivo financeiro de João Guimarães, o então proprietário da rádio, surgiu o festival Comida di Buteco. A primeira edição aconteceu no ano de 2000, na cidade de Belo Horizonte (MG) e contava com a participação de 10 bares.

O projeto foi bem sucedido, ganhou fama, e em 2014 realizou sua 15ª edição, presente em oito estados, num total de 16 cidades brasileiras: Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Campinas (SP), Fortaleza (CE), Goiânia (GO), Ipatinga (MG), Juiz de Fora (MG), Manaus (AM), Montes Claros (MG), Poços de Caldas (MG), Ribeirão Preto (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), São José do Rio Preto (SP), São Paulo (SP) e Uberlândia (MG). (COMIDA DI BUTECO, 2014)

Em Belo Horizonte essa edição do Comida di Buteco aconteceu do dia 11 de abril ao dia 11 de maio de 2014 e contava com 45 botecos participantes. Como critério de seleção, o festival, de acordo com seu site, entende como boteco aquele onde a família trabalha nele todos os dias, que possui uma clientela fiel facilmente reconhecida pelos garçons e cujo petisco é uma daquelas receitas de família, passada de geração para geração. (COMIDA DI BUTECO, 2014)

A seleção ocorre através de indicações no nosso site, 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, pela nossa equipe, 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. (*ibid*)

Os estabelecimentos selecionados participam do concurso com a criação de apenas um petisco cada, que não pode ser repetido nos próximos 10 anos por qualquer boteco participante. Em outras edições existiram ingredientes temas, como o jiló, a carne de sol e o pequi. O petisco criado precisaria conter pelo menos um dos produtos tema da edição. Em 2013 a vez foi da linguiça e da mandioca, no entanto, em 2014, a organização preferiu deixar o tema livre para que os cozinheiros pudessem melhor explorar sua vocação e criatividade.

Os botecos são avaliados tanto por jurados como pelo público, cada grupo com um peso de 50% sobre a nota final. A votação é feita no próprio estabelecimento em uma cédula entregue a cada cliente do festival, cujos critérios para avaliação, de 0 a 10, são: tira-gosto, higiene, temperatura da bebida e atendimento. Essas cédulas são depositadas em uma urna e ao final do festival os votos são computados. Quem fizer a maior pontuação vence com o título de melhor boteco da cidade.

No caso de Belo Horizonte, a premiação é realizada em um evento anual de encerramento chamado de “Saideira”. Em 2014 o evento teve duração de 12 horas, dele participaram todos os botecos concorrentes apresentando seu petisco ao público. Também são feitas apresentações de bandas e de dj’s no espaço. Na edição de 2014 o ingresso chegou a custar R\$140,00 em seu último lote. (*ibid*)

## 4.2 MUDANÇAS NO CENÁRIO

Os números divulgados pelo Comida di Buteco mostram grande crescimento, começando em 2000 com somente uma cidade e 10 botecos, em 2015 ele alcançou: 16 cidades, 400 botecos, 400.000 tira-gostos vendidos, 480.000 votos e 3.800.000 de participantes nos botecos (*ibid*). Esses números afirmam que o festival é um sucesso de público e de vendas. Em Belo Horizonte, a capital com mais bares e

restaurantes por habitante do país, ele deu início a um turismo de bares, além de trazer reconhecimento à cultura “botequística” mineira. No entanto, para conseguir esse sucesso existindo no formato e escala proposto foi preciso que o festival estabelecesse em seu regulamento algumas regras e que realizassem um grande trabalho de divulgação, de forma que a resistência existente contra a baixa gastronomia e principalmente aos botequins fosse praticamente eliminado e o belo-horizontino conseguisse abraçar a causa dos organizadores, bem como o próprio boteco e sua cozinha.

Apesar de contar com ampla divulgação, uma vez que o festival era incentivado pela extinta Rádio Geraes, a organização precisou contornar um grande obstáculo, o de conseguir mudar o imaginário daqueles não adeptos ao boteco. Isso porque a comida enfrenta barreiras sociais, principalmente a do gosto forjado ao longo dos anos e construído com base no sistema cultural de origem (MONTANARI, 2008, p.95-102). Ao passo que, se não existisse a familiarização com o ambiente e com os tira-gostos ficaria difícil apresentar o novo e, talvez, o evento seria menosprezado por uma fatia relevante do público. Ao mesmo tempo, se esse lugar comum do boteco copo sujo fosse destituído e apresentado com uma nova roupagem, as pessoas se tornariam aptas a experimentar o agora exótico, como visto em Montanari:

Assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo. Constitui, portanto, um extraordinário veículo de auto representação e de troca cultural: é instrumento de identidade, mas também o primeiro modo para entrar em contato com culturas diversas, uma vez que comer a comida de outros é mais fácil - pelo menos aparentemente - que decodificar sua língua. (*ibid.*, p.183)

Algumas ações então foram criadas para conquistar todo tipo de público. Muitas funcionam até hoje, e vem garantindo um padrão de qualidade para os botecos participantes do concurso. Uma delas é o sistema de votação, cujos critérios incentivam a adoção de novas posturas pelos competidores. Nele, o quesito petisco tem peso de 70% sobre a nota final (anos atrás, em Belo Horizonte, esse item subdividia-se em três: sabor, apresentação e criatividade), já os outros três quesitos avaliados tem peso de 10% cada sobre nota final e todos eles contribuem diretamente para a aceitação do boteco por um novo público.

O primeiro desses quesitos é a temperatura da cerveja, que levou os bares a profissionalizarem sua gestão e, em muitos casos, investirem em infraestrutura. Tendo em vista que servir cerveja em temperatura inadequada ao gosto do cliente seria inaceitável, uma vez que prejudica a nota do boteco na competição, e que o festival tende a atrair um grande contingente de clientes para seus participantes, uma mudança de postura foi observada, principalmente nos novatos. A previsão de consumo de garrafas foi drasticamente aumentada e os botecos precisaram, muitas vezes, recorrer a novos fornecedores e adquirirem uma maior quantidade de geladeiras e freezers. Com esse grande consumo da bebida o festival contou com a parceria da AMBEV, sendo, em boa parte dos anos, patrocinado pela cervejaria Bohemia que, nesse caso, foi eleita como a cerveja oficial do Comida di Buteco.

O segundo quesito, o atendimento, foi responsável por extinguir, com raríssimas exceções, o atendimento de balcão, onde o próprio cliente ia buscar o que queria, aproximando o modo de funcionamento do boteco ao de restaurantes e *pubs*. Também fez com que o quadro de funcionários do boteco aumentasse o que antes era facilmente atendido pelo dono e um ou outro ajudante, agora precisa ser rapidamente atendido por vários garçons e alguns cozinheiros, cabendo ao proprietário gerenciar esse funcionamento de forma perfeita e fazer com que o cliente sinta o atendimento personalizado.

O último dos três quesitos, que somados são responsáveis pelos 30% restantes da nota, a limpeza, mudou o comum cenário de imundice dos estabelecimentos, que deixaram banheiros, mesas, chão, talheres e copos não mais sujos, acabando de uma vez por todas com a fama dos famigerados. Inclusive, em alguns anos do Comida di Buteco os banheiros de cada um dos estabelecimentos participantes abrigaram exposições com obras de artistas selecionados por um edital, que tinham uma verba de R\$ 500,00 para criar instalações nesses espaços. Ao contrário do usual, os banheiros se tornaram lugares valorizados, motivo de visita e apreciação.

A participação na competição provocou uma mudança nos estabelecimentos, onde a preocupação não era mais apenas servir, mas servir bem - não só seus fregueses, mas também o público do festival: com uma bela apresentação do prato; atendimento personalizado; e ambientes agradáveis aos olhos, onde as comuns mesas de plástico não atendiam aos critérios da nova clientela.

Apesar das mudanças propostas para o sucesso do festival, que alteraram o cenário e as práticas dos botecos, “o evento foi criado em 2000 com a missão de resgatar e valorizar a cozinha de raiz no Brasil” (BELO, 2013) e hoje se diz ser “o maior concurso de cozinha de raiz do Brasil” (COMIDA DI BUTECO, 2009). Segundo o dicionário da língua portuguesa, raiz significa “[...] base; origem; fonte; princípio [...]” (BUENO, 1998, p.950). Já o festival entende o termo “de raiz” como sendo comida caseira, que une o tradicional ao familiar. Nesse sentido, a tradição será entendida aqui como uma transmissão de comportamentos e costumes, de uma pessoa de uma comunidade para outra, sendo necessário tempo para que esse ‘fato social’ seja incorporado culturalmente através da repetição e do hábito.

A tradição tem, na perspectiva sociológica, a função de preservar para a sociedade costumes e práticas que já demonstraram ser eficazes no passado. Para Weber, os comportamentos tradicionais são formas puras de ação social, ou seja, são atitudes que os indivíduos tomam em sociedade e são orientadas pelo hábito, pela noção de que sempre foi assim. (KALINA; MACIEL, 2006)

É importante que se observe que dentro de uma mesma comunidade existem diferentes tradições, respeitadas por uns e desprezadas por outros. Sendo as comidas dos botecos uma tradição, é preciso que sejam entendidos quais elementos representam essa tradição, preservando a cultura desses estabelecimentos e identificação ou não de cada boteco com essas práticas.

Voltando ao quesito petisco, com o intuito de resgatar ingredientes, algumas das edições tiveram um ingrediente tema, com a obrigatoriedade de sua presença no tira-gosto participante. Houve também a inserção de ingredientes de patrocinadores na competição, e assim, o Doritos, a Nestlé, a Bohemia passaram a fazer parte do repertório das comidas de botequim na tentativa de colocar em evidência esses financiadores do festival. Isso levou a uma limitação grande dos cozinheiros, que tiveram suas receitas restringidas, afastando-os de suas “tradicionais” especialidades, padronizando suas comidas, e tornando-os cada vez mais inventivos no desejo de se destacar dentro dos padrões estabelecidos.

Nesse sentido, a própria lógica de concurso é perversa para os botequins. Nela pressupõe-se uma igualdade entre os participantes, em que eles estariam submetidos aos mesmos critérios de avaliação, sendo desconsideradas suas

particularidades. Cabem aos jurados e ao público colocarem em números a experiência vivida em cada mesa. Com critérios objetivos o concurso cria quesitos de avaliação sem considerar a subjetividade do objeto julgado. Nesse caso, as peculiaridades e as potencialidades são subestimadas pelos próprios estabelecimentos e dão lugar a práticas mecânicas de qualidade onde o objetivo é conquistar votos. Práticas corriqueiras em botecos, como o atendimento no balcão, perdem espaço, visto o risco que trazem sob a forma de uma pior avaliação nos quesitos do concurso.

Considerando que existem 45 botecos participando do concurso em Belo Horizonte e que cada um destes possui individualidades, um modo de escrever sua história, um modo de trabalhar a sua comida, e uma forma de expressar sua personalidade, é quase impossível que em números quantitativos consiga-se eleger o melhor boteco da cidade. Ainda que existisse a categorização, onde cada boteco seria enquadrado conforme sua vocação, ter-se-ia que criar categorias múltiplas, quase exclusivas, tendo em vista a pluralidade destes lugares. Já os estabelecimentos, preocupados em encontrar esse ponto comum entre eles que os tornariam aptos a competir uns com os outros em pé de igualdade, procuram uma forma de se igualar, seja na mesa de madeira que um tenha colocado em seu estabelecimento, seja pelo requinte dedicado a alguns pratos de botecos de bairros e público elitizados. O que muitas das vezes acaba por gerar uma padronização desses estabelecimentos criando ambientes pastichos, que contam sempre com a variação do mesmo.

#### 4.3 TRADIÇÃO CULINÁRIA

Por um lado houve uma variação no cardápio, por outro não foi uma mudança gradativa e desejada como muito acontece com as comidas de baixo custo de classes baixas:

A invenção não nasce apenas do luxo e do poder, mas também da necessidade e da pobreza - e esse é, no fundo, o fascínio da história alimentar: descobrir como os homens, com o trabalho e com a fantasia,

procuraram transformar as mordidas da fome e as angústias da penúria em potenciais oportunidades de prazer (MONTANARI, 2008, p.41)

É claro que com a criação desses mecanismos de ressignificação do lugar comum do boteco copo sujo diversificou-se o público frequentador. Abriu-se um mercado novo e essa comida passou a ser cogitada, e até mesmo desejada, por uma classe diferente da habitual, para quem a baixa gastronomia, antes rejeitada, ganhou status. Um dos criadores do festival, Eduardo Maya, quando perguntado se a visão pejorativa do boteco havia acabado, respondeu:

Em algumas cidades ainda existe, mas diminui bastante essa visão. Hoje um cara chega na Vila Madalena (região nobre de São Paulo), gasta 3 milhões de reais com um empreendimento e coloca na frente “Boteco do Carlinhos”. Porque é bacana ser boteco. Boteco hoje remete à raiz, a essa coisa de família, não está ligado a essa coisa de cachaceiro. Em BH é um máximo a pessoa ter um boteco, a zona norte e subúrbio do Rio é muito botequeira. São Paulo inteira é botequeira. Boteco está longe de ser uma palavra pejorativa, pelo contrário, tem muito barzinho querendo se vestir de boteco pra chamar o público. (MAYA, 2013)

Com esse argumento, é possível concluir que o marketing feito pelo Comida di Boteco foi eficaz. Com ele se obteve uma mudança de imaginário e o boteco passou a ser um objeto de fetiche. Através de sua marca o festival fixou-se na população e fez com que houvesse por ela o reconhecimento dos estabelecimentos participantes. Sendo o concurso fundamental para atrair o público, principalmente nos dias atuais em que a concorrência no setor alimentício é grande e o consumidor busca não só a alimentação, mas a experiência diferenciada que este evento pode proporcionar. Um bom produto não basta, para assegurar o sucesso é preciso que a imagem dos botecos, das comidas e dos proprietários se personifique em uma marca assegurada pelo selo de qualidade do festival.

A sociedade moderna, dominada pela lógica estrita do mercado, pratica um sistemático mecanismo de fetichização das mercadorias. As técnicas de propaganda apenas sofisticam a noção comportamentalista de comportamentos induzidos por reforços, massacrantemente repetidos[...]. Por isso, somos tão viciados em marcas, especialmente de comidas, bebidas, vestuário etc., produtos da cultura material elevados à condição de veículos de valores abstratos ou de compulsões introjetadas como parte de uma indução deliberada do vício alimentar.. (CARNEIRO, 2005, p.74)

Neste caso, a participação do público como elemento atuante na mecânica do festival, uma vez que o seu voto é um fator decisivo para que um boteco se eleja,

também é fundamental. A espetacularização dessa comida e desse ambiente tão corriqueiro é o que tornou o evento tão atrativo para o público. Com a inserção de uma lógica em que tudo não seria possível sem a participação delas, muitas pessoas vão às ruas em uma missão, programam roteiros e procuram visitar o maior número de bares participantes possível. O que ocorre neste festival é a tão desejada “quebra da quarta parede”, um termo muito utilizado em espetáculos teatrais, por exemplo, quando há uma interação entre o encenado mundo fictício com o espectador, parte do mundo real, havendo assim a quebra dessa barreira imaginária pela qual a plateia assistia passiva a ação. Neste caso, a ocorrência da inclusão do público no mecanismo do concurso confere a ele importância, o que desperta um senso de dever e faz com que ele seja responsável por enquadrar os botecos nos quesitos necessários e com que ele seja essencial no processo de ressignificação.

Geograficamente existe a ocorrência de um fenômeno conhecido como gentrificação. O termo é uma derivação do adjetivo *gentrified* do inglês, usado para designar uma pessoa que “subiu na vida”, que aumentou seu poder aquisitivo. No urbanismo é usado para as mudanças físicas, materiais e imateriais (sociais, econômicas e culturais), que ocorrem em centros urbanos, tidas como melhorias, em detrimento sempre da ocupação de uma classe de maior poder aquisitivo e que provoca o deslocamento de uma classe de menor poder aquisitivo (BATALLER, 2012, p.10).

Esse conceito foi por muito tempo interpretado de forma positiva para designar a revitalização de uma área abandonada ou degradada. A gentrificação, no entanto, tem reflexos com implicações profundas e complexas. Acompanhado dos melhoramentos de infraestrutura e possível redução da criminalidade, vem a supervalorização dos imóveis, aumento do custo de vida e conseqüente expulsão dos antigos moradores da região. Um urbanismo excludente, que provoca uma higienização da cidade, deslocando as camadas mais pobres do centro para as periferias, transformando a paisagem daqueles locais, a economia do entorno e principalmente as identidades culturais ali existentes. Alguns bairros se transformam completa e rapidamente, outros ainda resistem abrigando áreas mistas, onde diversos níveis econômicos se enfrentam (*ibid.*, p.9-37).

Van Weesep opina que apesar dos benefícios que os grupos populares possam obter ao conviver com grupos de maior status – como compartilhar

os mesmos serviços e equipamentos ou ter a possibilidade de trabalhar em serviços destinados ao consumo da população de maiores recursos –, o deslocamento aos subúrbios traz mais benefícios para parte das classes populares do que permanecer no centro. Assim, evitam-se possíveis conflitos sociais derivados do contraste socioeconômico em uma mesma área. Além disso, nos subúrbios existem maiores oportunidades de encontrar moradia, já que o espaço é maior. (*ibid.*, p.14 *apud* WEESEP, 1994, p. 74-83)

Houve, com os botequins que participaram do Comida di Buteco, um processo semelhante ao de gentrificação urbana, que, nesse caso, aconteceu através de uma resignificação para que o terreno se tornasse mais fértil para o sucesso do festival. Ao enxergarem o potencial existente naquela gastronomia, foi proposto um modelo de concurso e, para que ele pudesse atingir proporções grandiosas, como hoje é visto, foi preciso que se provocasse uma mudança nesses estabelecimentos a fim de atingir o grande público, atrair patrocinadores e apoiadores.

Os botecos veem no festival uma oportunidade grande de crescimento, alguns chegam a atender 30% mais, atrair um público disposto a gastar mais por uma comida de baixo custo e técnica simples e, com a valorização de seus ramos, puderam aumentar o preço do seu cardápio. O movimento de caixa nunca visto antes fez com que os donos não medissem esforços para participarem do festival, e agradar o público que poderia se fidelizar e passar a frequentar o boteco em questão durante todo o ano.

Para isso alguns investiram em reformas e até mesmo abriram filiais em localidades mais nobres, como é o caso do estabelecimento Casa Cheia, que antigamente funcionava apenas no Mercado Central (Centro de Belo Horizonte) em um ambiente simples, com mesas e cadeiras de plástico, azulejo nas paredes e cujo atendimento era feito pela família do dono (ANEXO I). Em 2014 o antigo boteco está reformado, com direito a mesas de madeira com arranjos sobre elas, quadros nas paredes e garçons devidamente uniformizados (ANEXO II). Abriu-se também uma filial na região da Savassi, área nobre de Belo Horizonte, que nada lembra a original instalação (ANEXOIII). Segundo Eduardo Maya, o Bar do Zezé, tricampeão do concurso, antigamente possuía em seu estabelecimento apenas quatro mesas e para atendimento não contava com a ajuda de nenhum garçom. Em 2012 o bar já contava com uma equipe de 20 garçons que atendiam suas agora 40 mesas (MAYA, 2012)

Em alguns casos os petiscos sofrem releituras: o que seria um normal queijo com linguiça ganha versão requintada em forma de mini cones com ragu de linguiça calabresa e molho de gorgonzola, servido em um recipiente especial para abrigar o novo formato de cone, o famoso Koninguiça, tira-gosto vencedor do Comida di Buteco 2013 preparado pelo boteco Patorroco (ANEXO IV); ou o bife de carne bovina, enrolado e recheado com legumes, do Barracão Butiquim, que foi servido em formato de *makis* japoneses (ANEXO V). Como no Patorroco, outros bares investem em recipientes diferenciados para seu petisco, a exemplo do Bar do Dedinho, que serviu em 2013 seu petisco de linguiça de vitelo ao molho de mostarda com mel, purê de mandioca, palitos de queijo empanados, torresmo de barriga e bolinho de mandioca recheado com linguiça e queijo em um trenzinho esculpido em pedra sabão (ANEXO VI).

Outros ainda resistem às inovações e preferem se ater ao simples investindo na execução bem feita do prato. É o caso da Mercearia do Lili que em 2014 serviu contrafilé cozido com mandioca, alho, cebola e manteiga de garrafa em uma tábua de plástico (ANEXO VII). Ou o do Bar do Tonho que, também em 2014, investiu na costelinha de porco habitual com orapronobis e angu, servido em uma panela de pedra (ANEXO VIII) que custava apenas R\$16,90, contrariando o preço de R\$24,50 adotado por quase todos os outros participantes. O antigo Café Palhares, cujo funcionamento vem desde 1938, manteve com o Comida di Buteco a sua estrutura e conseqüentemente o seu famoso atendimento de balcão (ANEXO IX). Não é maioria, mas ainda existem os botecos que mantêm os preços baixos, os ingredientes simples, a mesma equipe e fazem questão de servir suas receitas da melhor forma possível.

Essa valorização, proposta pelo festival Comida di Buteco, não só trouxe reconhecimento à cozinha dos botecos como retirou estes estabelecimentos da margem da sociedade, trazendo eles para o centro dela. O festival também trouxe grande retorno financeiro para seus participantes e gerou empregos direta e indiretamente, investindo em uma esfera gastronômica extremamente popular, mas não muito popularizada. Fez com que os botecos estabelecessem novos fregueses, novos cardápios e novos ambientes, alterando o mecanismo de muitos desses tradicionais estabelecimentos. O que pode ser observado como um processo de higienização destes lugares e uma conseqüente descaracterização do ambiente

destes botecos devido à sua apropriação por um novo público, estranho às práticas simbólicas daquele lugar.

No entanto, o próprio conceito de gentrificação é complexo, permitindo interpretações múltiplas de seus resultados. Por ser um processo diversificado, contando com diversas trajetórias, agentes múltiplos protagonizadores, causas e consequências diversas, difíceis de serem determinados com clareza, alguns autores a qualificam como um “Conceito caótico” (BATALLER, 2012). Ainda que analisado dentro do microcosmo dos botecos participantes do Comida di Buteco, é impossível chegar a uma conclusão objetiva. Para tal, seria necessário que se olhasse pelo viés de cada um dos 45 participantes de forma a identificar como cada um destes lugares foi atravessado pelo festival/concurso.

## 5 CONCLUSÕES

O sistema alimentar carrega e transmite valores simbólicos, derivados de processos de natureza variada como econômicos, políticos, sociais e religiosos. A comida é responsável pela formação da identidade de um grupo, representando as tradições e práticas daqueles que a incorporam e sendo um excelente veículo de auto representação e troca cultural. Fazemos isso diariamente, incorporando práticas, experimentando o exótico e adquirindo proximidade com outras culturas, sendo elas de grupos vizinhos, ou de sociedades distantes.

Apesar disso, os conceitos de troca e de identidade são vistos como antagônico na cozinha quase como ameaça de um à existência do outro (MONTANARI, 2008, p.184): a identidade culinária, para se preservar, precisa estar calcada na tradição, enquanto a troca e a incorporação de outras práticas a contaminariam, sendo este um risco à salvaguarda dessa identidade. Uma prática tradicional de alimentação considerada pura, muitas vezes, é condenada ao status de comida de raiz, que não sofre interferência exógena nem endógena, processo compreendido como uma das poucas formas de conservar o patrimônio cultural alimentar destes grupos.

Nesse estudo foi observado que os indivíduos produtores destas culturas alimentares sofrem todo o tempo interferência, seja a carestia de algum ingrediente, imposições estabelecidas pelas muitas instituições que regulam a vida em sociedade, curiosidades individuais incentivadas pelo contato com muitas das várias identidades alimentares, e até mesmo pela interferência de um festival gastronômico que alterou o olhar sobre um tipo de comida e com isso trouxe mudanças diretas e indiretas para esse modelo de alimentação. Como visto anteriormente, as tradições alimentares se renovam, se recriam e assumem outros significados conforme diversos fatores externos. A incorporação é importante e quiçá imprescindível para que a tradição se mantenha viva. Engessado, o patrimônio imaterial, como o

alimentar, acaba ficando restrito a um único tempo e espaço, não permitindo sua propagação ao longo de gerações. É importante lembrar que as culturas, identidades e tradições são um produto cultural do indivíduo refletido na história, se tornando cada vez mais ricas e fortes à medida que se esbarram em outras, derivando-se de encontros e trocas frequentes. Conforme colocado por Montanari (2008, p.190):

“A procura das raízes, quando é feita com método crítico, e não por trás da sugestão de impulsos emotivos, nunca chega a definir um ponto do qual partimos (talvez para nos perder, como o imaginário coletivo frequentemente fantasia), mas, ao contrário, um cruzamento de fios cada vez mais amplo e complicado à medida que nos afastamos de nós. Nesse intrincado sistema de aportes e relações, não as raízes, mas nós somos o ponto fixo: a identidade não existe no início, mas no fim do percurso. Se justamente de raízes quisermos falar, usemos até o fundo a metáfora e imaginemos a história da nossa cultura alimentar como uma planta que se abre (não: se contrai) à medida que afunda no terreno, buscando a linfa vital até onde consegue alcançar, introduzindo suas raízes (precisamente) em lugares os mais distantes possíveis, por vezes impensáveis. O produto está na superfície visível, claro, definido: somos nós. As raízes estão abaixo, amplas, numerosas, difusas: é a história que nos construiu.”

A procura pela origem da baixa gastronomia e das delimitações imposta pelo conceito, o que está contido ou não está contido neste grupo, se torna inútil considerando essa visão tão profunda de raízes. Neste caso, só é possível apresentar tal culinária como ela se coloca no presente momento, sem que se faça juízo do seu processo de consolidação e de fragmentação – uma vez que todas as identidades culturais passam por fases de afirmação, desconstrução, reafirmação, contestação, ressignificação e confirmação de uma identidade sólida, porém mutável. Representada pelas *kombis*, pelos *kilos*, pelos botecos – objeto deste estudo - sejam eles estabelecimentos requintados ou singelos, independente do tipo de público para o qual estejam direcionados: todos eles possuem sua própria forma de escrever a baixa gastronomia e todos passam por interferências e ressignificações. Assim como a alta gastronomia, a baixa gastronomia também se inspira em outras manifestações gastronômicas, não se tornando menos legítimas ou até mesmo menos tradicionais por isso.

O festival Comida di Buteco viu nesses ambientes, as potencialidades de suas cozinhas e objetivou a “valorização de uma culinária de raiz”. As modificações nos botecos provocadas pelos seus quesitos visavam tornar conhecida e

popularizada essas comidas, consequência positiva do sucesso do festival. Acontece que ao mínimo estímulo as tradições se transformam, às vezes de forma violenta, outras mais brandas e paulatinas, como visto nesses quarenta e cinco bares: cada um se adaptou ou resistiu conforme desejou, e o cenário que se dava antigamente hoje se desenha de outro modo, ainda que com traços da antiga forma. É possível falar de uma culinária de boteco, no entanto o termo “de raiz” se esvazia a medida que a “raiz” engloba todos os processos de transformação não mais sendo algo primitivo, engessado, mas orgânico e vivo.

É difícil e indesejável que se tente chegar a conclusões que encerrem ou tentem minimizar as tensões abordadas. Esse trabalho levantou questões que só recentemente passaram a ser entendidas como relevantes e pouco podemos prever sobre os caminhos que essas novas dinâmicas culinárias irão cursar. Existe um longo percurso de mudanças não lineares, sujeitos a variadas circunstâncias com muitas e incontáveis direções a serem seguidas. Não se trata aqui de propor respostas finais, mas que se tente chegar a questões que instiguem e incentivem os estudos nessa área. É possível que em um futuro breve estas questões levantadas tenham avançado por caminhos imprevistos. No entanto, elas devem sempre permear o imaginário do gestor cultural, que ao propor um evento nessas proporções avalie as mudanças positivas e negativas, os impactos que podem ser gerados ao grupo trabalhado, de forma que se crie alternativas para que elas sejam menos prejudiciais possíveis, ainda preservando os traços mais arraigados daquela tradição mas que de forma orgânica os faça dialogar com o novo afim a criar um espaço enriquecedor e saudável - de troca, tolerância e aprendizado, que possibilite a manifestação plena dessas determinadas culturas.

## 6 BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Julieta; HUCK, Roberto; SOARES Luis Fernando de A. *Conceito etimológico de Cultura*. In:\_\_\_\_\_. Identidade cultural no Brasil. Vargem Grande Paulista: A9 Editora e Empreendimentos, 1999.

BATALLER, Maria A. S. *O estudo da Gentrificação*. In: Continentes: Revista de Geografia da UFRRJ. Ano 1. N. 1. Rio de Janeiro: DEGEO-UFRRJ, 2012. Disponível em: <http://r1.ufrj.br/revistaconti/pdfs/1/FULL.pdf> . Acesso em: 16 de outubro de 2014.

BELO, Patrícia. *6ª edição do Comida di Buteco começa nesta sexta-feira, em Ipatinga*. In: G1 Globo. Vales de Minas Gerais, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/2013/04/6-edicao-do-comida-di-buteco-comeca-nesta-sexta-feira-em-ipatinga.html>>. Acesso em: 17 de janeiro de 2014

BOTELHO, Isaura. Dimensões da Cultura e Políticas Públicas. In: Revista São Paulo em Perspectiva. V. 15. N. 2. São Paulo: Fundação SEADE, 2001. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-88392001000200011](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000200011)>. Acesso em: 29 de outubro de 2014.

BRILLAT-SAVARIN, Jean A., Jean. *Fisiologia do gosto*. 1ª edição. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1995. 352 p.

BUENO, Francisco da S. Dicionário Escolar da Língua Portuguesa. 11ª edição. Rio de Janeiro: FENAME, 1979. P. 950.

CANESQUI, Ana M.; GARCIA, Rosa W. D. (org). *Antropologia e Nutrição: um Diálogo Possível*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ. 2005. P. 9-23.

CARNEIRO, Henrique S. *Comida e sociedade: Significados Sociais na história da alimentação*. In: *História: Questões & Debates*, n. 42, Curitiba: Editora UFPR, 2005. p. 71-80. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs-2.2.4/index.php/historia/article/view/4640/3800>> . Acesso em: 20 de julho de 2014

CARNEIRO, Henrique S. *Comida e sociedade: uma história da alimentação*. 7ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2003. 200 p.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura política e política cultural*. In: Dossiê Cultura Popular. V. 9. N.23. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados da universidade de São Paulo, 1995, p.71-84. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141995000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141995000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 29 de outubro de 2014

COMIDA DI BUTECO. Apresentação. História. Apresenta dados oficiais sobre o concurso Comida di Buteco. Disponível em: <<http://www.comidadibuteco.com.br/belo-horizonte/>>. Acesso em: 19 de agosto de 2013.

DÓRIA, Carlos A. *Estrelas no Céu da Boca: Escritos Sobre Culinária e Gastronomia*. São Paulo: Editora Senac São Paulo. 2006. 268 p.

JAGUAR. *Confesso que bebi*. 6ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2006. 158 p.

KALINA, Vanderlei S.; MACIEL, Henrique S. Tradição. In: *Dicionário de Conceitos Históricos*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006. Disponível em: <[http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/conceito\\_TRADI%C3%87%C3%83O.pdf](http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/conceito_TRADI%C3%87%C3%83O.pdf)> . Acessado em: 10 de agosto de 2014

LIMA, Rafael. *A Diferença Entre Baixa Cultura e Alta Cultura*. [S.l. (\*sem local)]: Digestivo Cultural, 2001. Disponível em: <[http://www.digestivocultural.com/colonistas/coluna.asp?codigo=139&titulo=A\\_diferenca\\_entre\\_baixa\\_cultura\\_e\\_alta\\_cultura](http://www.digestivocultural.com/colonistas/coluna.asp?codigo=139&titulo=A_diferenca_entre_baixa_cultura_e_alta_cultura)>. Acesso em: 16 de outubro de 20014

LUZ, Moacyr. *Pirajá: Uma Esquina Carioca*. São Paulo: DBA Dórea Books and Art. 2010. 118 p.

MACIEL, Maria E. *Identidade Cultural e Alimentação*. In: CANESQUI, Ana M.; GARCIA, Rosa W. D. (org). *Antropologia e Nutrição: um Diálogo Possível*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ. 2005. P. 53-59.

MAYA, Eduardo. Entrevista: Eduardo Maya e a Cultura de Boteco. In: FILOMENO, Leonardo. *Manual do Homem Moderno*, 2013. Disponível em: <<http://manualdohomemmoderno.com.br/cerveja/entrevista-eduardo-maya-e-a-cultura-de-boteco>>. Acesso em: 16 de outubro de 2014.

MINTZ, Sidney W. *Comida e antropologia: uma breve revisão*. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.16, n. 47, 2001. P. 31-41

MONTANARI, Massimo. *Comida como Cultura*. Tradução de Letícia Martins de Andrade. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. 207 p.

NETO, Daniel. *Baixa Gastronomia por Nenel*. [S.l. (\*sem local)]: *Baixa Gastronomia por Nenel*. 2009. Disponível em: <<http://baixagastronomiapornenel.blogspot.com.br/>> Acesso em: 08 de outubro de 2013

PENDERGRAST, Mark. *For God Country and Coca-Cola: the definitive history of the great American soft drink and the company that makes it*. Third Edition. New York: Basic Books, 2013. P. 167-183.

REBELATO, Marcelo G. *Uma Análise Sobre a Estratégia Competitiva e Operacional dos Restaurantes Self-Service*. In: *Gestão e Produção*. V.4, N.3, 1997. P. 321-332. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v4n3/a06v4n3.pdf>> . Acesso em: 11 de outubro de 2014

SANTOS, A.C.T. *Festivais Gastronômicos: O comida di Buteco como Instrumento de Valorização da Cultura Alimentar de Minas Gerais*. 89 f. Monografia (bacharelado em turismo) - Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2010.

SILVA, Paula P. *Farinha, feijão e carne seca*. São Paulo: Editora Senac, 2005. 152p.

STANDAGE, T. *História do Mundo em 6 Copos*. 1ª edição. Tradução de Antônio Braga. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005. 239 p.

TITA, Zé da. *Comida di Buteco – Os 41 Butecos de 2007*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. 160 p.

WIDDEMER, Margaret. *Message and the Middlebrow*. In: *The Saturday Review of Literature*. V. IX. N. 31. New York: Henry Seidel Canby, 1933. Disponível em: <<http://www.unz.org/Pub/SaturdayRev-1933feb18-00433a03>>. Acesso em: 23 de novembro de 2014

## 7 ANEXOS

ANEXO I:



Bar Casa Cheia – Mercado Central. Foto: autor desconhecido.

## ANEXO II:



*Bar Casa Cheia – Mercado Central. Foto: autor desconhecido.*

## ANEXO III:



*Bar Casa Cheia – Savassi. Foto: autor desconhecido.*

## ANEXO IV:



*Koningiça – Petisco Patorroco. Foto: Beto Eterovick / Divulgação.*

## ANEXO V:



*Bife do Rolê - Barracão Butiquim. Foto: Comida di Buteco / Divulgação.*

## ANEXO VI:



*Trem das Cinco – Bar do Dedinho. Foto: Comida di Buteco / Divulgação.*

## ANEXO VII:



*Dedinho na Chapa – mercearia do Lili. Foto: Comida di Buteco / Divulgação.*

## ANEXO VIII:

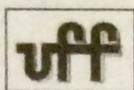


*Ai Que Mineirinha Gostosa - Bar do Tonho. Foto: Comida di Buteco / Divulgação*

## ANEXO IX:



*Café Palhares. Foto: autor desconhecido.*



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

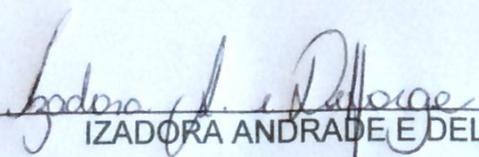
---

## AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA

---

Niterói, 12/12/2014

Eu, **IZADORA ANDRADE E DELFORGE**, CPF 101.838.426-00 formando(a) do curso de graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada “**DE BAR EM BAR: UM ESTUDO SOBRE AS TRANSFORMAÇÕES DA CULTURA CULINÁRIA NOS BOTEQUINS ATRAVÉS DE UM OLHAR SOBRE O FESTIVAL COMIDA DE BUTECO EM BELO HORIZONTE**”, defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em PDF.

  
\_\_\_\_\_  
IZADORA ANDRADE E DELFORGE