

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

DE DENDÊ E BAIANIDADE

A mercadoria de restaurantes de comida baiana em Salvador

Autora: Taís de Sant'Anna Machado

Brasília, novembro de 2012

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

DE DENDÊ E BAIANIDADE

A mercadoria de restaurantes de comida baiana em Salvador

Autora: Taís de Sant'Anna Machado

Dissertação apresentada ao  
Departamento de Sociologia da  
Universidade de Brasília/UnB  
como parte dos requisitos para a  
obtenção do título de Mestre.

Brasília, novembro de 2012

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**DE DENDÊ E BAIANIDADE**

A mercadoria de restaurantes de comida baiana em Salvador

Autora: Taís de Sant'Anna Machado

Orientador: Edson Silva de Farias

Banca: Prof.<sup>a</sup> Dra. Analia Laura Soria Batista (UnB)

Prof.<sup>a</sup> Dr. Elder Patrick Maia Alves (UFAL)

## **AGRADECIMENTOS**

Como não poderia deixar de ser, o percurso que culmina na entrega desta dissertação foi marcado pelo esforço e pela dedicação, apoiado pelo debate intelectual, o incentivo e a compreensão. É assim que se faz imperioso agradecer, em primeiro lugar, as condições oferecidas pela Universidade de Brasília através do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e do Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação, que garantiu as condições mínimas para a realização da pesquisa de campo, bem como a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela bolsa de estudos concedida. Como apoio fundamental, agradeço a Edson Silva de Farias pela orientação, ao instigar nossa curiosidade científica e mantendo seu incentivo nos momentos de crise. Professor, que fique registrado o meu muito obrigado pela mão estendida durante o processo. Ao grupo de pesquisa Cultura Memória e Desenvolvimento (CMD), agradeço pelos encontros e o diálogo produtivo empreendido, que acompanharam o desenvolvimento deste trabalho.

Neste momento final, também é preciso agradecer aqueles que tiveram toda a paciência do mundo em aguentar a montanha russa emocional que foi a composição deste trabalho. à minha família, espalhada em diversas partes da Bahia, por toda a calma em escutar as indagações (e achar graça) da integrante socióloga sobre seu local de residência e aos amigos de Salvador, como Cason, que ainda tinha a paciência extra de contribuir com as elucubrações. Aos amigos e companheiros de mestrado, especialmente o amável Marcuti, em madrugadas longas de conselhos e incentivos. À minha ala da SPM, queridas Rara e Cristina e os meninos Tulio e Tiago, por me fazer rir e desopilar em pleno horário comercial. Ao meu grilo da consciência, querido Sideni que levo pra vida, que estava lá pra me fazer acreditar que as coisas ficariam certas – e para puxar minha orelha. Aos amigos do peito, Cin, Ceará e Marco, sempre (sempre mesmo!) dispostos a me escutar, me divertir e me levar a sério. E a minha ciumenta querida, mais linda de todas, Manuelita, obrigada por estar sempre disposta a oferecer esse sofá imenso, esse abraço imenso, esse amor imenso. Deixo por último aquele que estava aqui durante todos os dias, todos os arroubos de produtividade, todas as crises, por todo esse percurso. Bem meu, você é fundamental. Obrigada pelo apoio incondicional, por estar aqui e ser parte da minha vida.

*O tio Sam está querendo conhecer a nossa batucada  
Anda dizendo que o molho da baiana melhorou seu prato  
Vai entrar no cuscuz, acarajé e abará  
Na Casa Branca já dançou a batucada de ioiô iaiá!*

*Brasil Pandeiro - Assis Valente, 1945*

## RESUMO

A pesquisa que fundamenta este trabalho tem como problemática fundamental compreender a relação entre caracteres extraordinários e ordinários que se estabelecem através da comida baiana. Para tanto, primeiramente, investiga a narrativa contida na construção estética e discursiva utilizada por registros de mídias artísticas, como literatura e música, no ínterim dos séculos XX e XXI, e de material turístico, bem como o enfoque, para abarcar a definição da comida baiana, de livros de culinária sobre o tema. Assim, destacando o repertório de ingredientes, pratos, modos de comer e de preparar que se definirão como extraordinariamente baianos, significando também o contexto mais amplo da identidade. Para pensar a relação que a rotina alimentar estabelece com este ideário, o trabalho investiga brevemente a narrativa de comensais moradores da cidade, analisando de que modo significam os hábitos alimentares cotidianos e as possíveis apropriações em torno da comida étnica. E, para entender de que modo esta interação se dá no âmbito da produção da comida baiana, investiga a mercadoria proposta por restaurantes, enquanto instituições sociais fundamentais na definição de caracteres em torno do repertório idealizado da comida baiana, ao passo que também tem de preservar algumas características para não perderem o atestado étnico. A investigação demonstra de que modo a relação entre ordinário e extraordinário não se define em simples disjunção, mas em diversas formas de mediação que refletem sua coexistência e significação mútua. O que se observa é que a comida baiana idealizada permanece no cotidiano de moradores e estabelecimentos comerciais, em apropriações que lhe são próprias e que respondem a demandas dos hábitos alimentares e contemporâneos de produção. A afirmação da comida baiana enquanto bem cultural, em uma economia de serviços que marca a Bahia, é assim capaz de engendrar novos rituais de consumo e produção para atender às demandas da contemporaneidade e garantir a permanência do consumo – evidentemente, ainda que não de forma consciente.

**Palavras-chave:** comida baiana; restaurante étnico; bem cultural; identidade; turismo.

## **ABSTRACT**

The research which bases this work has a key issue: to understand the relationship between characters of extraordinary and ordinary that are established through the ethnic food from Bahia. To do so, at the first moment, investigates the narrative contained the aesthetic and discursive construction used for records of artistic media,, such as literature and music, in the meantime of the XX and XXI centuries, and of tourist material, as well as the the approach to encompass the definition of ethnic food from Bahia, contained in cookbooks on the subject. Thus, highlighting the repertoire of ingredients, dishes, eating and ways to prepare that will define how certain food is extraordinarily “baiana”, meaning also the broader context of identity. For thinking the relation that the feeding routine establishes with this ideology, the work investigates briefly the narrative of diners locals, analyzing how how mean daily dietary habits and possible congressional appropriations around the ethnic food. And, to understand how this interaction takes place within the production of ethnic food from Bahia, investigates the composition of the goods offered by restaurants, while social institutions fundamental in defining characters around the idealized repertoire of food from Bahia, whilst also must preserve some features not to lose the ethnic certificate. The research demonstrates how the relationship between ordinary and extraordinary is not defined in simple disjunction, but in different forms of mediation that reflect their coexistence and mutual significance. What is observed is that, as idealized, the ethnic food from Bahia remains in the daily routine of the residents and commercial establishments, in congressional appropriations that are unique to it and, at the same time, while respond to the demands of food habits and contemporaries of production. The affirmation of Bahia's food as a cultural commodity, in a economy of services that mark Bahia, is well capable of engendering new rituals of consumption and production to meet the demands of contemporary and ensure continuity of consumption - of course, even if not that consciously.

**Keywords:** Bahian food; ethnic restaurant; cultural commodity; identity; tourism.

## Sumário

Lista de Imagens .....	9
Introdução .....	11
Capítulo 1 – Comida, negritude e o feminino: a construção de um bem cultural da baianidade	17
1 – 1 De mestiçagem, tradição e dendê: a formação da comida baiana .....	24
1 – 2 A Bahia midiática: uma composição musical e literária .....	40
1 – 3 A “baiana” e a Bahia: de dendê, negritude, generosidade e sensualidade.....	53
1 – 4 A proposição identitária como mercadoria: turismo e ação governamental .....	64
Capítulo 2 – A experiência de comer a Bahia: a narrativa de comensais e restaurantes .....	83
2 – 1 Hábitos alimentares e a comida baiana contemporânea .....	83
2 – 2 A pesquisa de campo.....	97
Capítulo 3 – Trânsitos dos rituais da baianidade: entre a comida imaginada e a cotidiana .....	152
3 – 1 Consumo e identidade através do signo da baianidade e da comida baiana.....	152
3 – 2 Tradição e inovação: a mediação de comensais e de restaurantes .....	156
Considerações Finais.....	173
Referências Bibliográficas .....	176

## Lista de Imagens

Figura 1 – Dadá. ....	63
Figura 2 – Imagem visual do produto Bahia, em tom exclamativo.....	75
Figura 3 - Negro que ilustra a página “Nossa Gente”, no site da Bahiatursa.....	76
Figura 4- Negras que ilustram a página “Nossa Gente”, no site da Bahiatursa. ....	76
Figura 5 - Garçonete baiana serve os turistas.....	77
Figura 6– Turista beija o chão do aeroporto ao chegar em Salvador. ....	78
Figura 7 – Baiana amarra fitinha do Senhor do Bonfim frente à igreja. ....	78
Figura 8 – Baiana oferece acarajés em frente ao Farol da Barra.....	78
Figura 9 - As baianas de Carybé.....	90
Figura 10 - As baianas de Carybé.....	90
Figura 11 - Produto “Acarajé Express”. ....	95
Figura 12 - Identidade visual da loja “Tabuleiro”. ....	101
Figura 13 - Produto da loja “Tabuleiro”. ....	101
Figura 14 - Produto da loja “Tabuleiro”. ....	101
Figura 15 - Camafeu, esposa (vestida de baiana) e Jorge Amado no restaurante. ....	121
Figura 16- Vista do Mercado Modelo a partir do Elevador Lacerda.....	123
Figura 17 - Varanda do Mercado, com mesas dos restaurantes.. ....	123
Figura 18 - Interior do mercado.....	123
Figura 19 - Entrada dos restaurantes. ....	124
Figura 20 - Emblema do restaurante.....	124
Figura 21 - Salão. ....	125
Figura 22 - Garçonete.....	127
Figura 23 - Maria de São Pedro.....	129
Figura 24 - Barraca itinerante de Maria de São Pedro durante festejo de santa católica .....	129
Figura 25 - Caymmi e Odorico Tavares no restaurante Maria de São Pedro, em 1953	129
Figura 26 - Identidade visual do restaurante.. ....	132
Figura 27 - Entrada do restaurante. ....	133
Figura 28 - A varanda do restaurante. ....	139

Figura 29 - Quadro contendo a indicação da revista “Veja Salvador”.....	139
Figura 30 - Cardápio do restaurante. ....	140
Figura 31 - Vista da varanda do restaurante. ....	140
Figura 32 - Edmar e Boca sendo recebidos por Ana Maria Braga. ....	141
Figura 33 - Recebendo o prato que atesta sua visita no programa. ....	141
Figura 34 - O trajeto de barco.....	142
Figura 35 - Cais na chegada à Plataforma. ....	142
Figura 36 - Palmeiras ao lado dos trilhos do trem. ....	143
Figura 37 - Rua do restaurante. ....	143
Figura 38 - Frente do estabelecimento. ....	143
Figura 39 - Interior do estabelecimento.....	143
Figura 40 - Interior do restaurante.....	144
Figura 41 - Refeição disposta na mesa. ....	144
Figura 42 - Identidade visual do restaurante, com o galo à frente.....	145
Figura 43 - Garçons arrumando as mesas.....	148
Figura 44 - Espaço de descanso entre as árvores.....	148
Figura 45 - Galos na decoração.. ....	149
Figura 46 - Andar debaixo do restaurante, com uma jabuticabeira à frente.....	149
Figura 47 - Beto Pimentel cheirando cupuaçu em seu pomar. ....	150
Figura 48 - Publicidade do restaurante. ....	165
Figura 49 - Maria de São Pedro em sua barraca.....	166
Figura 50 - Cardápio da época.....	166
Figura 51 - Moqueca e acompanhamentos servidos no restaurante. ....	168
Figura 52 - O restaurante, em seu visual <i>clean</i> e rústico. ....	170

## Introdução

Este trabalho nasceu em outra etapa de minha vida acadêmica. Então na confecção da monografia, empreendi uma pesquisa etnográfica em um restaurante de comida nordestina em Brasília. De forma mais detida, investiguei os elementos articulados na composição da mercadoria de um restaurante de comida regional, em uma cidade que, além de estar fora do Nordeste, é, com frequência, caracterizada coloquialmente pela ausência de uma identidade “original” – a despeito das controvérsias desta afirmação. Vale destacar somente a comparação de que não existe uma comida que receba a denominação de “brasiliense”, para pensar o valor de um restaurante étnico na cidade. O trabalho anterior, então, já marcara meu interesse pela temática da alimentação e aprofundou meu conhecimento sobre o tratamento do tema pelas ciências sociais, atestando de que modo uma análise sobre o alimento, que foi (e pode-se dizer que ainda é) considerado um objeto de estudo “não relevante” e pouco comum à sociologia tradicional, é capaz de elucidar processos sociais, econômicos, culturais e/ou políticos considerados “sérios” e “relevantes” por essa mesma sociologia.

Entre idas e vindas a este restaurante de comida nordestina em Brasília, refletindo sobre a oferta de pratos considerados típicos de estados do Nordeste, dei-me conta da ausência daqueles que conhecia como “baianos” – na fala da dona do restaurante, em virtude da sua “diferença” em relação a outros pratos da região. Na ocasião da defesa do trabalho, o diálogo estabelecido com a banca, formada por um soteropolitano e o orientador que havia morado em Salvador, levantou possibilidades para a definição desta “diferença”, e neste momento começava a surgir o objeto de estudo da dissertação. A finalização do trabalho de graduação e sua apresentação em outros espaços fizeram pensar sobre a especificidade da pesquisa e do campo escolhido na graduação. Em um reflexão sobre a possibilidade de investigação em outras cidades brasileiras, como Salvador ou Rio de Janeiro, é irremediável esbarrar com a questão: quais são os elementos que atuam na seleção de uma comida marcada como baiana ou carioca vendida nessas capitais? Para essas duas cidades marcadamente turísticas, onde a definição da comida típica é bastante nítida, como no acarajé ou na feijoada carioca, trata-se de pensar quais são os critérios mobilizados para determinar o que é a comida regional em seu lugar considerado legítimo (em termos geográficos), em que, pensando

de modo simplista em uma definição de comida “típica”, a maior parte do que se come deveria ser a própria comida regional.

O percurso seguiu, então, para a definição de uma escolha de campo de estudo em que a análise pudesse ser frutífera, de acordo com essa orientação inicial. Um dos critérios importantes para a definição seria o reconhecimento de uma identidade regional alimentar bem marcada do lugar. E o panorama brasileiro tem alguns exemplos mais destacados. Partindo da observação do tratamento do tema pelos diversos canais midiáticos, é possível observar a recorrência da afirmação das peculiaridades de uma identidade gaúcha, carioca, mineira, paulista e baiana, para citar algumas. Entretanto, não é possível negar que a proximidade com o contexto baiano foi determinante para a escolha.

Vivi treze anos em Salvador, após ter nascido e morado brevemente no Rio de Janeiro e também em uma pequena cidade do interior da Bahia. A mudança para Brasília proporcionou o sentimento nostálgico que é comum àqueles que se mudam, evidentemente. Estando mais “sensível”, foi possível perceber de que modo o discurso e o material da baianidade estava disseminado. Presente em matérias jornalísticas recorrentes sobre o tal destino turístico aprazível, na propaganda dos shows de *axé music* na capital brasiliense e nas redes sociais, por exemplo. Nestas últimas, a existência de comunidades virtuais destinadas a enaltecer o estado e seus nativos é bastante elucidativa. Os amigos que ainda residiam em Salvador, ao informarem o estado de origem no sistema destes *sites*, escreviam frequentemente: “Eu moro onde você passa férias”. A altivez e o orgulho eram marcados.

Ao mesmo tempo, a sensação saudosa que me tomava ao ouvir “*Ah, que saudades eu tenho da Bahia*” de Dorival Caymmi, ou “*Ah, que bom você chegou/ Bem vindo a Salvador / Coração do Brasil*”, de Nizan Guanaes, refletia este sentimento. Bem como a necessidade de comer um acarajé e um abará, e a reação extremamente negativa diante das apropriações da receita que eram feitas para adaptá-la ao paladar brasiliense, o que me impeliram na busca por um lugar autêntico para consumi-lo, como na “Boa Terra”. É preciso destacar que, estando em Brasília, passei a consumir a tal “comida de azeite” com mais frequência do que quando residia em Salvador. Assim como a ouvir *axé music*. Evidentemente, todo este arcabouço de memórias afetivas, capazes de engendrar estas ações e sensações, não é inédito ou específico àqueles que

vêm da Bahia. Mas, pensando em outros estudantes que advinham de outros estados, pareciam marcar, de maneira explícita, algumas regionalidades mais do que outras. Especialmente porque este arcabouço simbólico sobre a baianidade também estava no discurso dos oriundos de outros estados. Para além das anedotas sobre a preguiça, era frequente ser questionada sobre qual seria o motivo para ter saído de Salvador. Afinal de contas, “Salvador é um lugar maravilhoso, com aquele povo, as praias, as festas... e você vem pra Brasília, essa cidade tão sem graça?”. Não adiantava expor as razões, como o fato de que o ambiente da Universidade Federal da Bahia era bastante precário à época, era simplesmente taxada de “maluca”. Ainda havia o fato de que era sempre identificada pelo sotaque e pela fisionomia, sendo morena de cabelos cacheados. E a partir daí se esperava que fosse hospitaleira, alegre, simpática – caso contrário, nem pareceria baiana. Quando, em uma conversa mais demorada, se sabia que o meu local de nascimento era o Rio de Janeiro, poderia então ser chamada de “Falsa Baiana”, em tom jocosos, como se tentasse merecer um certificado que não tinha qualificação para receber. Interessante também era o fato de que mesmo aqueles que não tinham visitado Salvador, sentiam a necessidade de dizer que tinham vontade. E não passava despercebido o fato de que o uso do termo Bahia designava especialmente Salvador, ou outras regiões litorâneas do estado.

E, neste ínterim, a comida era mencionada por meus interlocutores com frequência. Chamava a atenção de como era sempre caracterizada por um caráter exótico, como algo muito específico e característico da Bahia, notadamente pelo azeite de dendê. Assim, alguns mencionavam como morriam de saudade, e como não era possível comê-la fora de Salvador em virtude dessa especificidade. Mas era mais comum mencionarem a incapacidade de consumir as iguarias, em geral uma confissão seguida de anedotas sobre desarranjos intestinais.

A partir deste percurso, pude então definir que a comida baiana seria o objeto da dissertação. Deste modo, mantendo o interesse inicial da monografia, de observar de que maneiras a alimentação é capaz de denotar processos econômicos, políticos e sociais enquanto parâmetro de uma identidade regional. Mas, a mudança fundamental está no fato de analisar esta comida regional em seu lugar de origem. Tornou-se imperativo então dar conta de analisar o processo que culmina na definição de uma comida baiana na própria Bahia. Na afirmação de um repertório de ingredientes, pratos, modos de comer e de preparar que passam a ser reconhecidos como “baianos” na Bahia

e fora dela. Fundamentalmente, na especificação de pratos extraordinariamente baianos. E, me intrigava o fato de que consumi-los não era uma tarefa dos visitantes – os baianos também consomem estes pratos, hábito que culmina na definição de um dia por semana, às sextas-feiras, em que a maioria dos restaurantes serve a comida baiana. Mas como este repertório se definiria, então, diante desta última observação, quando um conceito simples de comida baiana passa pelo significado de ser a comida consumida na Bahia? Trata-se de pensar como, em meio aos hábitos alimentares rotineiros de Salvador, se define um compêndio que recebe a marcação de “baiano”, e que permanece no cotidiano dos moradores. A problemática está na tensão entre caracteres ordinários e extraordinários refletidos nos hábitos alimentares, por intermédio da comida que se chamará baiana.

Refletindo em termos metodológicos, está definido o objeto deste trabalho: é a comida baiana, para entender de que modo nela convergem a comida ideal étnica e a comida rotineira. Mas estudá-la a partir de que ponto? Neste sentido, os restaurantes de comida baiana, ao se posicionarem comercialmente como espaços dotados do saber fazer culinário, de uma seleção de iguarias emblemáticas e autênticas, pensados a partir deste estereótipo, se inscrevem como importantes frutos do processo de construção da comida baiana. Ademais, trabalho também com a hipótese de que não são simples produtos deste processo, mas atores, que tem um papel que deve ser verificado na construção e na divulgação de emblemas dessa baianidade que são vendidos a turistas e a nativos, pelo fato de serem restaurantes “de comida baiana”. Desta maneira, recortam-se objeto e objetivo: é a comida baiana, mas enquanto uma mercadoria que compõe um circuito de restaurantes em Salvador, na Bahia.

Definidos estes elementos anteriores, tratamos das metas que foram definidas para alcançar o objetivo. Em um primeiro momento, julgamos importante delinear o processo histórico, econômico e social que atravessa a construção de um ideal de baianidade e de comida baiana. A proposta do trabalho foi analisar a construção estética e discursiva utilizada contemporaneamente nos diversos meios de comunicação e informação, que tem amparo em mídias artísticas, verdadeiras linguagens, como a literatura e a música, que representam repositórios de descrição da Bahia, do baiano e da comida baiana como elementos de uma identidade regional distintiva e destacada. Para tanto, uma pesquisa documental foi realizada a partir de registros destacados dos séculos XX e XXI, congregando literatura, música e material turístico. E, para dar conta

da definição propriamente da comida baiana, a análise de livros de culinária voltados à culinária regional. A segunda meta se ocupou da descrição dos modos que assumem os hábitos alimentares em torno da comida idealizada, e como é significada e mobilizada na narrativa dos comensais, na relação entre ordinário e extraordinário. Nesta direção, as entrevistas realizadas com moradores da cidade tinham como objetivo levantar elementos sobre a relação dos indivíduos com essas iguarias: como a frequência e as ocasiões do consumo; o conteúdo da imagem construída sobre a comida baiana; ou os possíveis questionamentos sobre a autenticidade da comida; por exemplo. E, por fim, a pesquisa tratou do contexto dos restaurantes de comida baiana em Salvador, a partir de uma pesquisa documental prévia sobre a imagem divulgada do restaurante, um período de observação e a realização de entrevistas. A coleta de informações buscou compor uma descrição de cada estabelecimento, composta por caracteres como seu histórico, o processo possível de idealização, a composição do espaço e a localização, a seleção de pratos, a figura das/os cozinheiras/os e a manipulação de ingredientes na cozinha, e a narrativa dos atores envolvidos no processo. O objetivo era o de compreender de que modo estes estabelecimentos comerciais operam com as imagens da baianidade e da comida baiana, criando um espaço de experimentação da baianidade, e as possíveis ressignificações empreendidas a esse ideário.

Assim, a partir das metas estabelecidas, a dissertação está dividida em três capítulos. O primeiro, “Comida, negritude e o feminino: a construção de um bem cultural da baianidade”, aborda a construção do arquétipo da comida baiana enquanto uma mercadoria simbólica do produto maior da baianidade. O percurso do capítulo analisa a relação que se estabelece entre comida e identidade no contexto de Salvador e do estado, examinando o conteúdo de livros de culinária, artefatos culturais essenciais na definição de uma cozinha, e estabelecendo nexos de sentido com a narrativa mais ampla da baianidade, como aquela divulgada, por exemplo, pela literatura e música. Ademais, o capítulo também trata do conteúdo do material produzido com fins turísticos, por considera-lo fundamental na dispersão deste imaginário, e por sua relevância no contexto econômico da cidade e na formação de uma economia de serviços, aqui incluídos os restaurantes. E, como um dos fios condutores que atravessa todas as seções do capítulo, o destaque para a construção do ideário em torno da figura feminina e negra que é reconhecida como autêntica dona deste saber fazer culinário.

O segundo capítulo, “A comida baiana como mercadoria geradora de experiências: a narrativa de comensais e restaurantes”, trata dos aspectos envolvidos na segunda parte da problemática que guia este trabalho, o delineamento de aspectos da comida baiana rotineira, a partir dos parâmetros estabelecidos por moradores e da mercadoria proposta pelos restaurantes. Esta seção se empenha em dar conta da oscilação existente entre os hábitos alimentares ordinários e a comida extraordinária na fala de comensais e na composição dos restaurantes. Para tanto, o capítulo empreende uma análise das práticas alimentares contemporâneas, envolvendo consumo e produção, no contexto internacional, brasileiro e soteropolitano, observando a disponibilidade de dados, para então apresentar e analisar os dados registrados durante a pesquisa de campo, especificamente. O conteúdo se apropria em um primeiro momento da narrativa de comensais, para compreender a estrutura alimentar – de produção e de consumo – que se inscreve em torno da comida baiana, em um trânsito entre a comida rotineira e a comida idealizada. E, em seguida, trata da composição das mercadorias dos restaurantes, cuja análise se empenha em entender sobre as maneiras que os restaurantes definem a comida baiana, e se apresentam como espaços de experimentação da comida baiana (e da Bahia) para seus clientes.

O terceiro e último capítulo, “Trânsitos dos rituais da baianidade: entre a comida imaginada e a cotidiana”, busca dar conta do intermédio que se estabelece entre a comida extraordinária e a ordinária, observando que a disjunção que supostamente compunha a problemática se reveste de novas mediações para as práticas alimentares. Assim, a seção analisa a definição de novos hábitos e rituais dos comensais envolvendo a comida baiana que são fortemente influenciados pela existência e as propostas dos restaurantes de comida baiana, em seus modos diversos de mobilizar o repertório da comida identitária. Assim, sintetiza algumas contribuições dos estudos das Ciências Sociais sobre a composição dos rituais sociais e a relação entre cultura e identidade e hábitos de consumo na criação de uma rotina de hábitos em Salvador, que se reflete na incorporação de padrões de consumos para moradores e na inserção dos restaurantes neste circuito comercial de memória e identidade.

## **Capítulo 1 – Comida, negritude e o feminino: a construção de um bem cultural da baianidade**

De partida, me ocupo em analisar a construção do arquétipo identitário baiano e da comida, recebendo a marcação de baiana, que se torna um de seus traços mais emblemáticos. O objetivo deste primeiro capítulo é elucidar as bases que fundam um repertório de identificação que virá a se chamar “baianidade”, e, de modo concomitante, dos elementos materiais e simbólicos que comporão a chamada “comida baiana”. A partir de uma análise do texto identitário como veiculado em diversos meios, como a literatura, a música e o cinema, além do material turístico, esta seção se empenha em demonstrar de que maneira se forma um bem cultural de apelo identitário e regional, a partir de uma análise de como é formado, selecionado e divulgado. Assim, trataremos neste ponto da comida idealizada – o parâmetro extraordinário da comida baiana.

Por tratar-se da análise da comercialização de uma mercadoria com apelo à identificação, julgo necessária, em primeiro lugar, de uma análise do tratamento teórico dado à construção de identidades nas Ciências Sociais. Interessa-nos a problematização do conceito “identidade” e, ainda mais apropriado para o contexto, o termo “identificação”, como proposto por Stuart Hall. O autor analisa o processo de fragmentação e deslocamento de identidades no mundo contemporâneo, ao argumentar que existe uma clara modificação entre a identidade moderna, localizada e sólida, e as identidades no mundo contemporâneo, variadas, fluidas e, de certo modo, mais frágeis (Hall, 2006). Para justificar esta transição, elenca uma série de acontecimentos históricos, como a constituição do individualismo e a emergência das novas ciências sociais, como a Sociologia e a Antropologia; e as diferentes formas com que a identidade foi concebida através da história, como as construções do sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico, e o sujeito pós-moderno, aquele que o autor aborda. A identidade do sujeito pós-moderno, como o denomina, em contraposição às outras, além de não ser única, é composta por identidades diversas, que podem estar em condição de oposição, inclusive. Para Hall, o que se configura é um movimento de crise de identidade, como resultado destas novas delimitações identitárias menos rígidas.

Tendo em vista esta modificação de contexto, acredito que o uso do conceito “identidade” não é suficiente para dar nome ao processo enfrentado pelos indivíduos e, por consequência, comensais contemporâneos. Tradicionalmente, o uso do termo

designa uma estrutura estável e unificada de elementos. Entretanto, como tentativa de abarcar a complexidade de processos identitários da contemporaneidade, opto por um termo menos rígido, uma vez que:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (op.cit., p.13).

Seria mais adequado pensar a identidade enquanto um processo em andamento, e, por isso, proponho o uso do conceito “identificação” para analisar as relações que se estabelecem entre indivíduo e comida local. Com o estudo do processo de identificação por intermédio de um repertório de pratos que começa a ser chamado de baiano (e não a construção de uma identidade do comensal de comida baiana, por exemplo), o trabalho se ocupa da caracterização e a complexidade do cruzamento destes múltiplos sistemas de significação e representação para os indivíduos estudados, e analisar seu caráter de flexibilidade e mudança contínua.

Em conjunção com a ideia de multiplicidade de identidades da contemporaneidade, vale tratar da construção moderna de identidades nacionais, que se empenham especialmente em criar um ideário unificante, para compreender o processo mais local que culmina na definição de identidades regionais. Como visto por Zygmunt Bauman (2005), a instituição do Estado na era moderna precisa estabelecer uma ordem que supere a identificação das sociedades formada apenas pela proximidade geográfica, um tipo fortemente consolidado à época, de modo a legitimar seu poder de caráter mais amplo. Numa leitura de Giorgio Agamben (2000), Bauman demonstra como o ideário da nação corresponde a essa necessidade, uma vez que “o Estado-nação [...] é um Estado que faz da ‘natividade ou nascimento’ o alicerce de sua própria soberania” (2005, p.24). Continuando, “a ficção aqui implícita [...] é que o nascimento vem à luz imediatamente como nação, de modo que não pode haver diferença alguma entre os dois momentos” (AGAMBEN, 2000, apud BAUMAN, 2005, p.26). O que o autor aponta é que se trata de uma ideia forçada. Para fundamentar a exigência estatal de obediência dos indivíduos que, em verdade, não se sentiam parte da instituição, a identidade nacional é bastante útil – é capaz de criar o sentimento de pertencimento. E a importância do Estado em torná-la palpável é clara:

Não fosse o poder do Estado de definir, classificar, segregar, separar e selecionar o agregado de tradições, dialetos, leis consuetudinárias e modos de vida locais, dificilmente seria remodelado em algo como os requisitos de unidade e coesão da comunidade nacional (BAUMAN, 2005, p.27).

Como observado por Hall, a narrativa nacional fornece “uma série de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas” (HALL, 2006, p.52). O discurso da nacionalidade – de uma brasilidade, por exemplo – cria signos do que é, essencialmente, ser nascido em determinado lugar. Conecta os indivíduos, na medida em que fazem parte de um destino da nação que os precede e que continuará seu caminho após a morte do nativo. É interessante perceber que os elementos essenciais que compõem essa narrativa são encarados como atemporais, persistem desde o início da nação, ainda que o território ainda não fosse uma nação. A tradição sempre foi a mesma e é preciso mantê-la. Com profundas diferenças internas, a identidade nacional é “um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade [...] como nas fantasias do eu “inteiro” de que fala a psicanálise lacaniana – as identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas” (op.cit., p.52).

No caso de países de passado colonial, o processo se dá de outro modo. Como visto por Carlos Alberto Dória (DÓRIA, 2009), a tendência de unificação de identidades é bastante incomum nessas sociedades a princípio. Em realidade, as elites desses grupos societários procuravam se distinguir das populações nativas, optando pela aproximação aos costumes das sociedades de origem europeia. Para o autor, o esforço se constitui em um contexto de dualidade cultural, notadamente a partir do monopólio do letramento pelas elites. “Assim, índios, negros e europeus raramente foram reunidos sob os mesmos signos. Religião de ‘negro’, cozinha de ‘bugre’, eram modos de falar que expressavam a exclusão” (op.cit., p.17).

Mas, a partir do século XIX, tem início o empenho em definir a identidade nacional brasileira. Como destacado por Ortiz, a história a partir deste ponto reflete a continuidade da preocupação em relação à composição de uma identidade nacional (Ortiz, R., 2006). O autor destaca o papel importante assumido pelos intelectuais de cada época na definição de um modelo de cultura brasileira que possa ser definida como autêntica:

A cultura, enquanto fenômeno de linguagem é sempre passível de interpretação, mas em última instância são os interesses que definem os grupos sociais que decidem sobre o sentido da reelaboração simbólica desta

ou daquela manifestação. Os intelectuais têm neste processo um papel relevante, pois são eles os artífices deste jogo de construção simbólica (op.cit., p.142).

É assim que, durante o período do romantismo, o autêntico brasileiro era identificado como o indígena, na acepção mesma do bom selvagem, segundo a literatura da época. Já no final do século XIX, o estereótipo fundava-se no conceito de raça, mas a partir da mistura harmônica de negros, brancos e indígenas, e sua ocorrência em um meio natural aprazível como o brasileiro. O conceito de mestiço é defendido por estudiosos da época, como Nina Rodrigues e Sílvio Romero. Entretanto, como pontuado por Ortiz, este modelo engendrou nos brasileiros um sentimento de incômodo ao ter como parâmetro a noção da raça branca como superior, considerando a mestiçagem um traço de inferioridade da população brasileira.

Na década de 30, entretanto, Gilberto Freyre propõe uma nova interpretação da formação do Brasil, enfatizando a positividade da mestiçagem brasileira. Dando destaque às peculiaridades culturais que teriam sido forjadas neste país criado em um cadinho de etnias, as ideias de Freyre tornar-se-ão o cerne de uma ideologia sobre a sociedade brasileira, não se restringindo apenas à academia. É interessante observar como estas noções serão apropriadas pelo senso comum e irão compor o ideário sobre a formação da cultura brasileira, replicado no século seguinte pela narrativa do turismo, por exemplo, que analisaremos a frente.

Em uma das correntes das *intelligentsias* identificadas por Ortiz, Gilberto Freyre integra um movimento mais amplo, que será conhecido como Movimento Modernista brasileiro, fundado e apoiado por outros intelectuais imbuídos da tarefa de construir a identidade e cultura autenticamente brasileira. Desta maneira, empreendem uma busca por características culturais que possam ser identificadas como verdadeiramente brasileiras. O resgate de línguas indígenas, a valorização e preservação de manifestações culturais consideradas populares e as diferenciações culturais regionais são defendidos pelos modernistas. O trabalho de Freyre se destaca na medida em que aborda o tema da alimentação. Em “Manifesto Regionalista”, o autor defende a preservação da comida brasileira ameaçada à época, com destaque à nordestina:

Não é só o arroz doce: todos os pratos tradicionais e regionais do Nordeste estão sob a ameaça de desaparecer, vencidos pelos estrangeiros e pelos do Rio [...] Toda essa tradição está em declínio ou, pelo menos, em crise, no Nordeste. E uma cozinha em crise significa uma civilização inteira em perigo: o perigo de descaracterizar-se (Freyre, 1967, p.55).

Para o autor, o risco está posto desde a Independência do país, que trouxe a europeização dos hábitos, com a chegada dos livros de culinária franceses que estabeleceram um novo parâmetro para a cozinha refinada. Está destacada, então, a centralidade dos hábitos alimentares e do saber-fazer da cozinha dita tradicional na afirmação da cultura brasileira, para Freyre. E ameaçada por influências externas, estrangeiras, adotadas no Brasil, pelos moradores da capital “progressista”. No processo de afirmação de uma cultura e identidade brasileira que se segue:

[...] destaca-se fortemente o fenômeno de apropriação de manifestações culturais específicas a certos grupos sociais por parte do resto da sociedade, e sua transformação em símbolos nacionais. Em diferentes momentos, observamos variadas contribuições que circulam entre a cultura popular e a erudita; e a cada momento, um tipo social faz-se seu portador legítimo, ou representativo. [...] pode-se destacar o samba, o candomblé, a umbanda e a própria feijoada (Dutra, 2004, p.94).

A anunciação destes signos terá como suporte, nas últimas décadas do século XX, uma estrutura formada por sistemas de comunicação, tecnologias da informação e a consolidação de uma economia de bens de lazer e de diversão, aqui incluído o ramo do turismo. Para Farias, a consolidação de um mercado de entretenimento e turismo no país na contemporaneidade modifica a forma de tratamento que deve ser dado ao tema da cultura, especialmente na relação entre cultura popular e aquilo que se convencionou chamar de cultura moderna, como conceitos estanques (2011), trataremos deste ponto mais à frente. O que importa, por ora, é que a comida, a partir da definição de pratos típicos e populares brasileiros e a publicização destes ícones, irá se tornar parte essencial deste repertório.

Além da citação tão emblemática de Freyre, para tratar do contexto brasileiro, vale ressaltar que a relação estreita entre comida e identidade foi amplamente discutida por diversos estudiosos, como Claude Fischler, um dos precursores a tratar do assunto. Ao refletir sobre o ditado alemão “Man ist, was man isst” (somos o que comemos), destaca seu sentido duplo: o biológico, uma vez que os alimentos que consumimos nos proporcionam a energia necessária para o desempenho das atividades de nosso corpo; mas, ainda mais importante, vale também para o imaginário humano, uma vez que o alimento que se consome torna-se a própria identidade.

La incorporación es igualmente fundadora de la identidad colectiva y, al mismo tiempo, de la alteridad. La alimentación y la cocina son un elemento capital del sentimiento colectivo de pertenencia. (...) Los hombres marcan su pertenencia a una cultura o a un grupo cualquiera por la afirmación de su especificidad alimentaria o, lo que es lo mismo, por la definición de la

alteridad, de la diferencia frente a los otros. Se encuentra una infinidad de ejemplos que ilustran el hecho de que definamos a un pueblo o a un grupo humano por lo que come o se supone que come (y que, generalmente, suscita nuestra repugnancia o nuestra ironía): para los franceses, los italianos son “macarrones”, los ingleses “rosbifs” (...) (Fischler, 1995, p.68).

Ao comer, o comensal partilha de um sistema de definições do que é “comestível” e do que é “gostoso”, incorporando propriamente as definições mesmas de um sistema alimentar. A comida é capaz de tornar-lhe parte de um grupo. E este sistema tem profundas relações com o sistema cultural mais amplo, em uma via de mão dupla.

A partir destas considerações iniciais, vale ressaltar que a discussão sobre a construção de uma cozinha de apelo identitário neste trabalho não é feita aqui para julgá-la como algo verdadeiro ou falso – bem como a análise sobre a construção de identidades nacionais ou regionais. Essa verificação apenas significaria cair em sua armadilha mítica, uma vez que os ideários serão sempre forjados, como visto por Ortiz, para citar um autor. Trata-se de analisar o processo histórico, econômico, cultural e político, que culmina na eleição de um determinado conjunto de elementos como parte de uma cozinha baiana “autêntica” e verdadeiramente “popular”, de grande repercussão nacional e internacional, como criada por um ideal do que é ser baiano, ao mesmo tempo em que analisa os possíveis dissensos que repercutem a partir desse ideal. O trabalho utiliza o termo “baianidade”, como usado de modo corrente pela mídia e pelos estudiosos, para designar a essência do que é ser baiano. Como visto por Milton Moura, trata-se de um “texto identitário”, cujo enunciado é capaz de moldar contornos de um grupo e de indivíduos, mas, principalmente, que é o anúncio explícito dos sujeitos (Moura, 2001). Para o autor, a baianidade se compõe de elementos como familiaridade/intimidade, sensualidade e religiosidade, ou que remete a um povo vinculado a um passado rememorado e de forte ligação com o continente africano. Como no seguinte trecho:

na culinária de Dona Flor e mais recente na Cozinha de Dadá, pode-se perceber as cores fortes e festivas, os cheiros marcantes e os sabores picantes, recheados pelos frutos do mar, pela sensualidade e ainda um forte erotismo feminino (Santos, 2008, p.56).

A análise aqui feita busca, então, dar conta de uma amplitude de narrativas tendo o espaço restrito de uma dissertação. Para tanto, o capítulo foi estruturado em quatro seções. A primeira parte se dedica a dar a tônica que guiará o capítulo, analisando a formação de um ideário que se chamará comida baiana – o cerne do repertório do extraordinário, como tratamos na problemática. Para tanto, me ocupo da leitura

especializada sobre sociologia da alimentação no Brasil e na Bahia, e a consulta a fontes primárias essenciais: os livros de culinária, por considerá-los um artefato cultural de definição deste repositório que se chamará comida baiana, na especificação de ingredientes, técnicas, rituais de consumo e pratos-emblema (Wheaton, 1998). As seções seguintes se empenham em demonstrar que este tipo idealizado da comida baiana tem uma relação fundamental com os signos mais amplos da baianidade, que se consolidam através da comida étnica, compondo umnexo de sentido completo. É assim que, na segunda seção, há a análise das imagens da Bahia e da comida baiana através do texto identitário do meio dito “artístico”, a saber: a literatura; o cinema; a música; e a televisão. Os textos produzidos por esta linguagem e meios de simbolização e comunicação são considerados aqui como veículos essenciais de profusão do conteúdo da narrativa e de criação de uma imagem que se reflete na popularidade de algumas das obras em âmbito nacional e internacional. A terceira seção se ocupa de um destaque especial, que privilegia um tema específico da narrativa que envolve a comida baiana: a figura feminina e negra que é identificada como autêntica dona do saber fazer culinário. Esta perspectiva é destacadamente importante ao se tratar de um trabalho sobre restaurantes, ou seja, espaços que se definem como detentores destacados deste conhecimento, ao proporem vendê-lo em seus pratos. Assim, cabe detalhar esta imagem e entender como os restaurantes se relacionam com ela no próximo capítulo. Após este percurso, a quarta e última parte se dedica a definir, então, a proposição identitária de baianidade e comida baiana, como mobilizada pelo material turístico e/ou governamental, para entender de que modo selecionam e moldam aspectos da cidade para torná-la atrativa aos olhos dos visitantes, como um destino autêntico e exótico. A escolha se dá frente à importância do setor turístico na economia da cidade e sua influência na criação de uma rede de restaurantes de comida baiana.

Este percurso foi escolhido porque parto do argumento de que a determinação de características da comida estabelece uma relação intrínseca com as ideias propagadas sobre a cidade/estado e seus nativos. Em dois sentidos: na medida em que é significada por este ideário mais amplo; mas, também, e mais importante para este trabalho, dando significado a este ideário, uma vez que comer pode assumir o sentido mesmo de uma incorporação. Ademais, para demonstrar como o processo de mudança dos hábitos alimentares também é reflexo de uma mudança da cidade, em um processo de modernização – cujo ápice escolhido neste trabalho é o cenário de diversidade de

restaurantes e de hábitos, como a contemporaneidade. Mas, sobre este último ponto, a modernidade alimentar, analisaremos com mais profundidade no segundo capítulo.

## **1 – 1 De mestiçagem, tradição e dendê: a formação da comida baiana**

Os bahianos [sic] comem bem, sabem comer. Tem o que comer. Tem pratos seus para comer. Os outros brasileiros comem mal, pratos estrangeiros: presuntos, conservas, pastas, azeite doce, massa de tomate... E sal, muito sal, para dar gosto ao que não tem. E bebida, muita bebida para disfarçar o que estão comendo mal (PEIXOTO, 1945, p.95).

Nesta primeira seção, trataremos da aresta identitária que nos importa propriamente: a comida dita baiana. Assim, o objetivo é elucidar o processo de composição da comida definida como estereótipo, como modelo de comida baiana, tendo como amparo a leitura especializada sobre Sociologia da Alimentação no Brasil e na Bahia, e a consulta a repositórios essenciais: as fontes primárias que são os livros de culinária, em suas definições de um rol de comidas baianas; trechos de livros literários; e material turístico que trate da temática.

Aprofundando uma linha argumentativa que apresentamos na introdução deste capítulo, Claude Fischler demonstra que o alimento tem como reflexo a identidade, uma vez que

Las clasificaciones, las prácticas y las representaciones que caracterizan a una cocina incorporan al individuo al grupo, sitúan el conjunto en relación con el universo y lo incorporan en él a su vez: poseen, pues, una dimensión fundamental y propiamente religiosa en el sentido etimológico del término, en el sentido de *re-ligare*. Participan, en efecto, en las representaciones de los hombres, del lazo fundamental entre yo y mundo, individuo y sociedad, microcosmos y macrocosmos. Los sistemas culinarios contribuyen así a dar un sentido al hombre y al universo, situando a uno en relación con el otro en una continuidad y una contigüidad globales (op.cit., p.69).

A comida torna o comensal parte de um grupo e de um ideário subsequente – comer é pertencer. Faz-se importante, assim, entender qual a definição do “comestível”, do “gostoso”, do “ruim” a partir das características da comida que se define baiana, além da especificação dos modos de obter o alimento, de prepara-lo, das maneiras de servir e de comer – especialmente em se tratando de restaurantes.

Mas, ao mesmo tempo, não se trata de compor apenas um dos elementos de determinado texto identitário. O consumo alimentar é capaz de engendrar significados, uma vez que o consumo pode representar uma incorporação de suas qualidades: “El alimento absorbido nos modifica desde el interior. Es al menos la representación que se construye el espíritu humano: se considera que lo incorporado modifica el estado del

organismo, su naturaleza, su identidad” (Fischler, 1995, p.66). Como exemplo, o autor destaca os hábitos de populações “primitivas”, como aquelas em que se pratica o canibalismo – em que as características do ser humano a ser comido, em vida, seriam transmitidas àqueles que o comessem. Mas não se trata apenas de uma construção pontual a determinadas sociedades isoladas, mas comum à própria sociedade ocidental e moderna. Discutindo a construção do gosto alimentar como reflexo de uma situação de classe e gênero, Bourdieu demonstra de que maneira as classes populares atentam ao consumo de carne como garantia de força e vigor, entre os homens, ao passo que as mulheres darão preferência ao peixe, por sua leveza (2008). Sabemos que a “força” e a “leveza” são caracteres construídos, uma vez que nem todas as carnes são gordurosas ou todos os peixes leves – são parte de um imaginário que parece advir, em alguma medida, de característica do pescado (um animal leve, que nada) ou do bovino (um animal grande e pesado, dotado de força). Mas o que importa é que, por fim, parece não ter uma relação causal, mas tem uma relação de significado tanto com o animal quanto com o alimento que é feito a partir dele, e mesmo aqueles que consomem o alimento. É a partir destes parâmetros que proponho pensar a comida baiana, no sentido de conceder atributos aos baianos, a partir de suas próprias características, e sendo significada a partir do quadro mais amplo da baianidade.

Data do século XVIII a primeira menção a uma comida dita propriamente baiana. Em uma carta do professor de grego Luis dos Santos Vilhena está o espanto diante da produção de iguarias “dos escravos” na cozinha dos grandes sobrados, para serem vendidas por escravos de ganho.

Não deixa de ser digno de reparo ver que das casas mais opulentas desta cidade, onde andam os contratos e negociações de maior parte saem de 8, 10, ou mais negros a vender pelas ruas, a pregar as cousas [sic] más e vis como sejam mocotós, isto é, mãos de vaca, carurus, vatapás, mingaus, pamonhas, canjicas, isto é, papas de milho, acaças, acarajés, arroz de coco, feijão de coco, angus, pão de ló de arroz, o mesmo de milho, roletes de cana, queimados, isto é, rebuçados a oito por um vintém e doces de infinitas qualidades, ótimos, muitos, pelo seu asseio, para tomar por vomitórios; o que mais escandaliza é uma água suja feita com mel e certas misturas que chamam de aluá, que faz por vezes de limonada para os negros (Vilhena, 1969, p.130).

O rol de especialidades descrito por Vilhena como africano aponta para algumas das comidas reconhecidas como baianas contemporaneamente, especialmente aquelas que contem dendê entre seus ingredientes. Mas não se restringe a elas, vale ressaltar, para mostrar de que maneira este ideário sofre transformações ao longo dos séculos. O

comentário é elucidativo na medida em que demonstra que a comida vista como africana estava incluída no cardápio brasileiro, uma vez que existia um consumo público. Sendo vendida a prego, o mais possível é que fosse de consumo das classes mais baixas da sociedade. Para Vivaldo da Costa Lima (2010, p.147), “[...] escravos de ganho; a emergência dos libertos e também a presença dos brancos marginalizados; dos escravos velhos – muitos reduzidos à mendicância (em proveito, é claro, dos senhores); dos subempregados e soldados” compunham os grupos da sociedade que costumavam consumir a prego, que tornava o alimento mais barato e acessível. Particularmente, julgo que as elites também a consumiam, ainda que a portas fechadas, em sua própria cozinha. Vale reter a ideia de que, independente de quem a consumia, este consumo era considerado degradante. Câmara Cascudo explicita a situação a partir da crítica de um padre recifense, preocupado com a indiferença da população pernambucana “em comer bobó, vatapá, abrazou, aberém, acarajé, acassá e caruru, acepipes africanos, do que gozar das delícias de huma mesa italiana” (Gamas, 1838 apud Cascudo, 2004). A hierarquia está claramente estabelecida entre a comida europeia, neste caso italiana, mas que pode ser estendida à comida portuguesa ou francesa, e a posição inferior da comida africana – comer comida de escravos era se rebaixar aquele nível, em uma analogia de incorporação explícita. A antiguidade do azeite de dendê também pode ser observada neste século. O intercâmbio do comércio baiano com terras africanas era bastante comum, trocando insumos produzidos aqui (como o fumo e o açúcar) por escravos negros e alguns outros produtos. Entre eles estava o azeite de dendê, caracterizando o seu consumo frequente à época:

Em 1759, na Bahia, Antônio Caldas informava que o comércio frequente do dendê, entre a Costa da Mina e o Brasil, era intenso, provando a falta de dendezeiros que atendessem às necessidades do consumo. Vilhena afirma que, no ano de 1798, entraram na Bahia mil canadas de azeite de dendê, oriundas da Costa da Mina e quinhentas canadas da Ilha de São Tomé, perfazendo, aproximadamente, quatro mil litros (Carneiro, 1980, p. 173).

No século seguinte, são abundantes os relatos sobre os escravos de ganho e as comidas que preparavam, como visto na segunda seção deste capítulo. As negras se destacavam como emblemas da venda de comida na rua, e os pratos, que mais tarde serão descritos como afro-brasileiros, já constam nos relatos. Parte do grupo de vendedores em uma cidade fundamentalmente comercial, a Salvador do século XIX (Mattoso, 1992). Vale destacar que, neste momento, a divisão geográfica de Salvador estava baseada na importância desta atividade econômica. A partição entre Cidade

Baixa e Cidade Alta se delineia de modo mais explícito já que a venda de alguns artigos, como a carne e os peixes, era expressamente proibida na Cidade Alta, segundo o antigo Livro de Posturas Municipais. A Cidade Baixa era o centro comercial da cidade – atravancada, cheirosa e ruidosa. Lá eram recebidos, no porto, os artigos advindos do Recôncavo, para exportação e consumo interno, bem como os artigos vindos da Europa e da Ásia. Salvador era o porto do Brasil, afinal (Risério, 2004).

Cidade Baixa, cidade suja, mas cidade muito viva. Os pregões dos vendedores ambulantes se mesclavam à melopéia bem-ritmada dos carregadores negros curvados sob pesadas cargas, em seu vaivém. Cidade suja, mas colorida, inclusive pelas roupas e as peles variadas da sua gente. Verdadeira cidade-porto, onde o mais humilde acotovelava o mais insigne nos afazeres da vida cotidiana (Mattoso, 1992, p.438).

A Cidade Alta, por outro lado, tinha fins residenciais, burocráticos e eclesiásticos. Pontuada por grandes casarões, praças amplas, árvores perfumadas e a vista da magnífica baía. Ainda que uma análise mais detida aponte para o fato de que a região não abrigava apenas a moradia dos nobres, e que mesmo essa parte da cidade tinha problemas sérios com o manejo do lixo, do esgoto, a falta de pavimentação, e os animais nas ruas, o que causariam epidemias como a cólera, na comparação entre Cidade Baixa e Cidade Alta, as mazelas da primeira se sobrepunham a da segunda. Era estabelecida uma estratificação geográfica, ligada a de caráter social e racial.

Ao mesmo tempo, havia uma ligação profunda entre os dois planos da cidade. O deslocamento da Cidade Alta para a Baixa começava bem cedo, quando desciam os negociantes e trabalhadores pelas ladeiras e pelo Elevador construído por Antônio de Lacerda. Ou subiam para a paróquia da Sé. O mais importante é o destaque dado pelos autores a este momento, em que todas as classes sociais se misturavam, em um dos circuitos da cidade mais importante para os moradores.

Outro elemento deste século, que terá influência direta sobre a significação da comida baiana, é o início da organização e da visibilidade dos cultos organizados de sincretismo afro-religioso. A obra de Pierre Verger pontua, por exemplo, que o primeiro terreiro de candomblé de formação jeje-nagô foi fundado por escravas libertas, no início do século XIX (Verger, 1981). Ainda que não seja possível definir exatamente qual seria o primeiro, havendo um debate entre os especialistas, um estabelecimento de comunidades estruturadas se posiciona no final do século XVIII e início do século XIX, sendo comuns, antes disso, as formas de devoção individuais e domésticas. Escravos, crioulos (negros brasileiros) e libertos se reuniam em espaços da cidade, como nas

pequenas moradias dos libertos ou secretamente nos próprios sobrados de seus senhores (Lima, 2010). E é assim que a diversidade de deuses combinados em uma nova crença, denominada contemporaneamente “candomblé”, cultuando em um mesmo ambiente as divindades de diferentes regiões da África, é um produto da ação dos escravos vivendo no Brasil.

Interessa-nos particularmente o estabelecimento dos rituais religiosos, na forma de sacrifícios e oferendas, dentro do candomblé. Como nos mostra Lima, “nesse tempo, foram recriadas muitas das comidas cotidianas dos homens e dos santos – pois que os santos comem o que os homens comem - e as comidas mais elaboradas das festas, das celebrações festivas” (op.cit., p.148). Vale, então, investigar de que modo o repertório criado pela religião afro-brasileira estabelece definições de alimentos comestíveis e não comestíveis, que se pautam na comida de oferenda às divindades, com as restrições alimentares impostas por cada santo a seus filhos – as quizilas. A definição deste cardápio de comida sagrada africana é parte importante do que ficará conhecido como comida baiana. A comida votiva será, por vezes, considerada como parâmetro da autenticidade.

Para pensar na importância da comida para esta religião, cada orixá tem sua comida respectiva, que tem uma relação com as considerações sobre sua personalidade e sua atuação sobre o mundo (Régis, 2010). É assim que Orixás “quentes” incluem azeite de dendê em seus pratos, ao passo que os Orixás “frios” não o permitem (Lody, 1992): “o dendê é um marco discriminatório na cultura religiosa, gerando tipos e diferenças no ser de cada Orixá e, conseqüentemente, por parte daqueles que fazem o Candomblé [...]” (op.cit., p.60). Iansã ou Oyá, cuja comida votiva principal é o acarajé frito no azeite de dendê, tem profunda relação com o elemento fogo, associada à cor vermelha, sendo mulher sensual, ferosa e ardente – tornou-se mulher de quase todos os orixás, segundo a cosmologia. É fiel apenas a seus sentimentos, considerada guerreira e independente<sup>1</sup>. Uma imagem bastante próxima a da negra baiana, como já vimos aqui. Oxalá, por outro lado, é um orixá frio, considerado o ancião e o criador de todos os outros orixás. Sua cor é o branco, é conhecido pela justiça, nobreza e seriedade<sup>2</sup>. Percebe-se, então, a associação de características “quentes” aos orixás e, como

---

<sup>1</sup> Informações extraídas de artigo publicado em: <http://ocandomble.wordpress.com/os-orixas/iansa/>. Acesso em 10/03/2012.

<sup>2</sup> Informações extraídas de artigo publicado em: <http://ocandomble.wordpress.com/os-orixas/oxala/>. Acesso em 10/03/2012.

consequência, a seus filhos, que consomem azeite de dendê, especialmente àquelas relacionadas ao sexo, ao sentimento e ao combate. Por outro lado, os orixás frios aparentam ser mais equilibrados, por exemplo. Evidentemente, estas considerações são superficiais, podendo ser contestadas por estudos mais aprofundados sobre as diversas vertentes do candomblé. Mas valem a título de ilustração, de como o consumo do dendê se reflete na incorporação de determinadas características quentes.

Tratando das figuras femininas do candomblé, vale lembrar que as mulheres negras tem papel central na confecção dos pratos, sendo preparadas dentro dos parâmetros dos cultos africanos. Seu saber é reconhecido e reverenciado, são denominadas como yabassês ou yabás, entre outras denominações. O acarajé, o caruru, o amalá, o efó, o ipeté, o bobó, o omolocum, o erã-peterê e as farofas, com azeite de dendê, são alguns dos pratos que constam como votivos. E, como visto acima, a comida ganha a rua com a venda dos pratos por mulheres quituteiras, muitas vezes vinculadas a estes terreiros ou outros cultos marginais envolvendo símbolos africanos. Um caso elucidativo é

[...] a tradição da venda do acarajé na rua tem origem no universo do candomblé: a obrigação do acarajé, autorização para produção e venda pública por mulheres iniciadas nos padrões dos rituais tradicionais do candomblé e escolhidas por Oiá [Iansã], tinha como objetivo angariar recursos para fazer o santo, isto é, cobrir os gastos necessários às obrigações de iniciação. Segundo esse preceito religioso, tradicionalmente o acarajé era vendido em gamelas de madeira redondas, semelhantes às usadas nos terreiros de candomblé para oferecer aos orixás e adeptos o mesmo alimento sagrado (IPHAN, 2007, p.23).

O caboclo se insere no rol das divindades africanas, cultuado como modo de, em termos religiosos, refletir e reconhecer a presença ameríndia no novo mundo. É interessante observar que tratam de uma imagem romântica do bom selvagem, valorizado na construção de um Brasil autêntico, sendo uma invenção puramente baiana de deidade. Caboclo não come dendê – porque é brasileiro, afinal.

O século XX, por sua vez, marca o início da afirmação formal de uma comida baiana. Não é por coincidência que se trata do mesmo século marcado pelo movimento modernista em sua afirmação de uma cultura brasileira. Vimos mesmo que Gilberto Freyre se ocupou do tema, especialmente dando a tônica de importância do elemento negro na composição de uma culinária brasileira – tornando as mulheres detentoras do saber culinário. Ao mesmo tempo, em uma tentativa de alcançar o Sudeste, em situação econômica e política mais favorável, tem-se a apropriação dos ideais de modernização

que modificavam o cenário urbano do Rio de Janeiro. O governador do estado, na década de 20, irá tratar do movimento reformista e o projeto paisagístico na nova capital do Brasil como um parâmetro progressista a ser seguido. A tentativa é a de que uma mudança na aparência transformaria de modo profundo uma paisagem mais completa de estagnação. “Os signos da cidade centenária eram encarados como uma afronta ao espírito moderno [...] a Bahia Colonial era qualificada de ronceira, inelegante, sombria” (Risério, 2004, p.493). A cidade da Bahia quer ser metrópole urbana. Mas, a despeito da derrubada de alguns monumentos destacados da era colonial, como a Igreja da Sé, a cidade, evidentemente, em seu âmago, permanecerá a mesma. Como lida pelo autor, ainda é provinciana, “[...] a Bahia do terno branco, do porto dos saveiros, dos sobrados coloridos, das ‘colinas coroadas de conventos’, do pé-de-guiné no vaso de barro, das saias rendadas e da malagueta” (op.cit., p. 498).

Nesta conjunção entre inovação e tradição, é na década de 30, em meio ao Congresso Afro-Brasileiro, que Manuel Querino, escritor abolicionista do Recôncavo baiano, publica o primeiro livro destinado a caracterizar a comida baiana. Deteremos-nos um pouco sobre o que significa a sua publicação. Vale lembrar que os livros de receita representam um pequeno escrito sobre um amplo conhecimento disseminado através da tradição oral, especialmente no caso do Brasil no início do século XX, o que demonstra suas limitações em dar conta de uma suposta realidade alimentar (Wheaton, 1998). No caso das comidas africanas, vale lembrar que existia, na Bahia, uma interdição em relação às comidas de santo, dada a ilegalidade dos terreiros. Tendo esta ressalva em vista, é válido observar que um livro de receitas representa um inventário dos ingredientes utilizados, no caso, em 1939, “refletindo padrões econômicos e geográficos [...] inseridos em tradições nacionais e regionais, é possível definir preferências idiossincráticas em cada livro” (op.cit, p.5, tradução minha).

A partir destas pontuações iniciais, “A arte culinária na Bahia” se propõe a descrever a participação dos africanos na composição da cozinha baiana, apontando para a “africanidade” dominante no meio culinário. A partir do conhecimento das mulheres de sua família, vale ressaltar, Querino considera que a cozinha baiana é fruto da miscigenação entre a pequena parcela indígena, o colonizador português e o escravo africano, defendendo a teoria de que os exóticos temperos africanos foram imiscuídos no cardápio do colonizador, tornando-o mais saboroso.

É notório, pois, que a Bahia encerra a superioridade, a excelência, a primazia, na arte culinária do país, pois que o elemento africano, com a sua condimentação requintada de exóticos adubos, alterou profundamente as iguarias portuguesas, resultando daí um produto todo nacional, saboroso, agradável ao paladar mais exigente, o que excede a justificada fama que precede a cozinha baiana (Querino, 2011, p.32).

Explícito é o esforço do autor em atestar que, justo por sua influência exótica africana, que modifica as contribuições portuguesas, foi formada uma autêntica cozinha nacional, por ter sido produzida pela combinação de etnias em território brasileiro. Mais do que isso, é esta influência que garante a superioridade e a primazia da culinária, uma verdadeira arte da Bahia. Na seção “Dos alimentos puramente africanos”, com 23 receitas, resgata os pratos que considera autenticamente afros, como o Egedê, Erampatere, o Aluá, o Efó, além dos mais famosos Caruru, Abará, Acarajé e Açaçá. “De algumas noções do sistema alimentar da Bahia” descreve receitas originariamente portuguesas, mas que foram modificadas pelos africanos. São dezoito receitas que considera propriamente baianas, e que “noutros estados são barbaramente adulteradas” (op. cit., p.47). Neste ponto, trata das moquecas e seus diferentes ingredientes, as frigideiras, o mocotó, o sarapatel, a galinha ao molho pardo, a feijoada, o vatapá e a maniçoba. Vale observar que alguns desses pratos são considerados, contemporaneamente, signos de outras regiões do Brasil. Em “Da sobremesa baiana”, Querino reconhece que a participação africana foi “inteiramente nula” (op.cit., p.65), sendo responsabilidade de instituições religiosas, geralmente regidas por descendentes de portugueses, cada uma delas famosa por um receita específica. Observa-se, então, que o primeiro livro destinado a descrever uma comida dita baiana destaca especialmente a influência do negro, com a tarefa declarada de visibilizar uma contribuição que era prejudicada pela discriminação étnica que sofria o grupo.

Entre os esforços de sistematizar uma imagem da Bahia na época, ainda que esta não fosse sua proposta declarada, está o “Breviário da Bahia”, de Afrânio Peixoto. Vale destacar a menção informativa sobre a diferença entre o comer brasileiro e o comer baiano:

Os bahianos [sic] comem bem, sabem comer. Tem o que comer. Tem pratos seus para comer. Os outros brasileiros comem mal, pratos estrangeiros: presuntos, conservas, pastas, azeite doce, massa de tomate... E sal, muito sal, para dar gosto ao que não tem. E bebida, muita bebida para disfarçar o que estão comendo mal (Peixoto, 1945, p.95).

Observa-se, assim, que o argumento é de que existe uma culinária apartada daquela do resto do Brasil. Fundamentalmente, uma comida que se diz baiana, própria.

Enquanto isso, os outros brasileiros consomem produtos estrangeiros, que, por este motivo, fundamentalmente, não são muito saborosos. Excessivamente salgados e acompanhados de álcool, dois ingredientes capazes de esconder o gosto “ruim” de outras comidas. Isso porque, “a Bahia é um feliz consórcio do melhor de Portugal – a sobremesa e a preferência pelos pescados, e da Costa da África – o óleo de dendê, com outros temperos e condimentos, e pimenta, muita pimenta benzendo tudo (...)” (op.cit., p.97). A comida baiana, assim, é considerada a combinação dos melhores elementos da cozinha das etnias (estrangeiras, vale lembrar) que a povoaram. Percebe-se, mais uma vez, a importância do componente africano na comida chamada baiana: é ele quem tempera o prato. Mas, ainda mais do que isso, tem a capacidade de abençoá-lo, em uma metáfora sobre seu poder e suas raízes religiosas.

É desta década também a publicação de Darwin Brandão, escritor capixaba, dedicada à comida baiana. Na seção “Razões do livro”, o autor explica: “Desejando divulgar coisas da Bahia, sem outro interesse além de corresponder em parte às gentilezas (sic) com que aqui fui recebido – o que não causa surpresa à ninguém, pois é notório que a hospitalidade é peculiar ao povo da Boa Terra [...]” (Brandão, 1948, p.7). Com introdução de Edison Carneiro, um dos estudiosos do tema afro-brasileiro, este destaca a importância de um livro para a cozinha baiana, em que “[...] o elemento dominante é o africano e, fora da Bahia, são os pratos africanos que a identificam, o vatapá, o caruru, o acarajé” (op.cit., p.9). Pra o escritor soteropolitano, há apenas uma cozinha que seria tão característica quanto a baiana: a cozinha paraense, de herança indígena explícita. Mas, em comparação aos outros estados do Brasil, em que não é possível apontar para uma influência majoritária, “[...] a cozinha baiana se distingue, elevando-se em toda a sua estatura, como um todo homogêneo e orgânico” (op.cit., p.9). Assim, seu destaque se dá por conta de seus contornos precisos, influenciados pela forte presença de escravos, a ausência de grandes transformações econômicas e o prestígio nacional de que goza o estado, segundo o autor. E vai mais longe, ao defender que este ramo tão importante da cultura baiana carece de estudos por que “nem todos os baianos, e menos ainda os habitantes da capital, estão dispostos a admitir qualquer predominância dos negros sobre a massa da população” (op.cit., p.10). E o caso da cozinha é duplamente prejudicado, porque também se refere ao estudo de um ramo cotidiano da vida, considerado menor pelos intelectuais da época – é um espaço percebido como de negros e de mulheres.

Jorge Amado retratou a culinária baiana em todos os seus livros, tratando da fartura e da fome vivenciada por seus personagens. Em livro publicado por Paloma Amado, sua filha, sobre o assunto, seu mérito é o de mostrar que “comida não é feita somente para alimentar: ela dá prazer ao ser vista, saboreada, cheirada e, sobretudo é possível sonhar com ela, pois não se sonha só com imagem, sonha-se cheiro, gosto e fartura” (Amado, 1994, p.xx). Em *Jubiabá*, de 1935, trata da comida votiva servida no terreiro da personagem homônima, como o arroz de haussá, e a tia que cria o personagem principal é preta vendedora de mingaus, carregando a lata quente com o líquido na cabeça, que tem implicação em sua loucura posterior: “Enlouqueceu, coitada, de tanto carregar mingau e mugunzá para vender no terreiro” (op.cit., p.254). Em *Gabriela*, de 1958, a personagem que se transmuta em tempero, Nacib não sente falta apenas dela: “A verdade é que já sentia saudade dela, de sua limpeza, do café da manhã com cuscuz de milho, batata doce, banana da terra frita, beijus” (op.cit., p.270). *Dona Flor e seus dois maridos*, de 1966, combina a comida e a sensualidade, com destaque importante para o uso do azeite de dendê. É assim que, durante um banquete de uma figura importante de Salvador:

Num desperdício de comida, ali se exibiam os quitutes baianos, vatapá e efó, abará e caruru, moquecas de siri mole, de camarão, de peixe, acarajé e acaçá, galinha de xinxim e arroz de haussá, além de montes de frangos, perus assados, pernis de porco, postas de peixe frito para algum ignorante que não apreciasse o azeite de dendê (pois como considerava Mirandão de boca cheia e com desprezo, há todo tipo de bruto nesse mundo, sujeitos capazes de qualquer ignomínia). Toda essa comilança regada à aluá, a cachaça, a cerveja, a vinho português. O Major realizava sua festa há mais de dez anos, cumprindo severa obrigação de candomblé, desde quando os orixás haviam-lhe salvo a esposa ameaçada de morte com pedras nos rins (Amado, 1983, p.57).

O desprezo diante da possibilidade de alguém não apreciar o azeite de dendê reflete sua centralidade para a marcação da comida. Em *Tieta do Agreste*, o autor insere uma receita na história,

como brinde aos leitores, na intenção de segura-los, secreta receita de frigideira de maturi, de autoria desconhecida como sabem ou não sabem, maturi é o nome dado a castanha do caju quando ainda verde. Nós, baianos, mulatos gordos e sensuais, cultivados no azeite amarelo de dendê, no branco leite de coco e na ardida pimenta, utilizamos maturi num prato raro e de especial sabor [...] petisco oferecido por dona Milú à paulista Leonora Cantarelli para lhe ensinar os sabores da Bahia (Amado, 1983, p.91).

Amado define, então, sua tríade da comida baiana: o azeite de dendê, o coco e a pimenta. Para alimentar os mulatos baianos, gordos e sensuais que resultam desta combinação.

A publicação de Hildegardes Vianna, “A cozinha baiana – seu folclore, suas receitas”, foi apresentada na ocasião do I Congresso Brasileiro de Folclore, em 1952, tornando-se livro em 1955. A autora, então, se afirmava como uma das mais importantes e requisitadas cronistas para tratar dos costumes baianos, sendo reconhecida por órgãos de turismo em publicações posteriores. Em um parecer de uma relatora sobre o trabalho, algumas informações sobre o tratamento da época em relação à culinária brasileira podem ser apreendidas. Julga o trabalho de Vianna de tamanha relevância por tratar da tradição da culinária brasileira, que acredita estar sofrendo um processo de esquecimento, sofrendo um processo de alterações e adulterações que lhe alteram as características.

Naturalmente que não pleiteamos para a nossa cozinha a arte que preside a culinária francesa, nem o exagerado espírito científico que domina a cozinha dos Estados Unidos; é preferível que estabeleçamos o meio termo sem desprezar o conhecimento das tradições de nossos antigos (Vianna, 1955, p.11).

Sua fala explícita, ainda que não intencionalmente, a hierarquia posta entre as cozinhas nacionais em voga, que influenciava as modificações da cozinha brasileira, tendo como padrão máximo a artística técnica culinária francesa.

A publicação trata da caracterização dos utensílios utilizados na feitura, as superstições envolvendo os alimentos e as técnicas empreendidas, bem como a organização dos móveis e ferramentas de uma cozinha baiana, além de conter receitas. Ao apresentá-las, a autora explica sua seleção, sendo elucidativo especialmente aquilo que não escolheu: “bifes, omeletes, camarão e outras coisas que, embora radicadas, dificilmente serão tornadas típicas, para consignar tão só o que é comum” (op.cit., p.13). Assim, a seleção se ocupa daquilo que seria típico que se considera, originalmente baiano e distintivo, a despeito do reconhecimento do consumo de outras comidas, seguindo esta lógica, não-regionais. Ao mesmo tempo, a autora dedica uma seção inteira ao azeite de dendê, ao explicar a técnica de sua extração, os usos, além do culinário, e as denominações de outros produtos feitos com o dendê. Isso reflete a centralidade do ingrediente. No conteúdo das receitas, explicita os ingredientes e pratos que são mais importantes com um destaque na grafia. Entre eles, o xinxim, os ensopados, os pratos derivados do feijão (abará e acarajé), o efó, o vatapá, as frigideiras e os pratos feitos com milho, como o açaçá. A autora explica que a composição do livro

se justifica em garantir uma fonte segura das técnicas e receitas, em um momento de “charlatanismo culinário”. Trata-se de uma situação decorrente de vários fatores:

Gente que nunca viu uma cozinha ou mal aprendeu a mexer um mingau arvora-se a fornecer receitas. Por outro lado, as quituteiras, com uma inexplicável má vontade, morrem levando consigo o porquê. Outras, com um regionalismo de fachada, deturpam impiedosamente tudo que lhes vem às mãos. As chamadas comidas de candomblé chegam até os lares deformadas e é neste falso aspecto que são apresentadas nas barracas e frege-moscas aos visitantes (op.cit., p.98).

A falta de transmissão das receitas tradicionais e a postura de pessoas não capacitadas em divulgar as receitas criam a situação de deturpação da culinária regional, como visto pelo autor. Como resultado, é a comida regional “de falso aspecto” que é vendida nas barracas aos visitantes. Neste contexto nada promissor, Vianna alerta que o baiano, o de caráter legítimo, mantém a preferência pelas comidas que foram passadas por seus antepassados. Mas a autora adverte, em caráter de previsão, que existe uma tendência de desaparecimento das comidas de azeite<sup>3</sup>, em suas formas que denomina de “primitivas”, ainda que não as explique, e a abolição do consumo destas iguarias no cotidiano dos moradores. A autora acreditava que a comida baiana estava em processo de mudança e, justo por sua forma plástica, caminhava para um sincretismo de iguarias consumidas, lhe garantindo personalidade. Uma ressalva muito importante, que é característica apenas desta autora em relação ao conteúdo de outros livros de culinária, é a de que a predominância do elemento africano na formação da cozinha baiana, como é exposto em sua época, “nada mais é que o produto de um exibicionismo que só tem efeito exterior sendo influência interna anódina” (op.cit., p.98). Para Vianna, trata-se apenas uma questão de fachada, não correspondendo ao consumo real.

Ao mesmo tempo, neste século, Salvador enfrenta transformações profundas em sua paisagem e economia. Na década de 70, uma nova atividade industrial será fundamental para a formação de uma nova classe econômica e para trazer instituições da modernidade para a cidade.

Influiu no crescimento das indústrias metal-mecânicas e elétricas. Provocou a ampliação de nosso leque de serviços de apoio à produção. Incrementou a mil a construção civil. Agitou o mercado imobiliário. Dinamizou o comércio – o que conduziu à aparição, em nosso meio, das figuras do supermercado e do *shopping center*. Engrossou o movimento migratório (de baixa e altas rendas). Deu corpo, de repente, à Pituba [...] Contribuiu para formação de novos bairros (Risério, 2004, p.545).

---

<sup>3</sup> É a denominação para as comidas feitas com azeite de dendê, especificamente.

O autor sinaliza sua estranheza diante da paisagem e dos hábitos dos novos bairros fundados a partir da década de 80, com uma nova população industrial. Apesar do poder de compra da nova classe, esta não escolhe os bairros tradicionais (antigos), como o Rio Vermelho ou a Barra. Preferem morar em novos bairros como a Pituba, o Itaipara e o Caminho das Árvores (ironicamente, sem árvores, como atestado pelo autor), responsáveis pela invenção do acarajé com salada, que, em uma dedução rápida, parece estar mais de acordo com as tendências da nova alimentação saudável. Seja essa a motivação ou não, as modificações feitas por uma nova classe que parecia não estar comprometida com a preservação dos hábitos tradicionais é motivo de preocupação, já que “começou a viver e a trabalhar, ali, uma gente que pouco tinha a ver com os 'ritos de gentileza' do povo da Bahia. Eram os nossos urbanitas repentinos, geralmente incapazes de distinguir entre um erê<sup>4</sup> e um abebê<sup>5</sup>” (op.cit., p.589). O uso de signos da cultura africana para atestar a ignorância sobre a baianidade é emblemático do conteúdo.

Como se pode perceber pelo comentário acima, o sistema de abastecimento da cidade passava por transformações. Ao longo do século XX, assim como em seus séculos anteriores, Salvador era uma cidade marcada pela atividade comercial em suas feiras, como a famosa Feira do Sete e a posterior Feira de Água de Meninos, e pela obtenção de víveres pelos saveiros que advinham do Recôncavo. Evidentemente, as feiras eram conhecidas por serem resultado de uma formação relativamente espontânea, e então não eram marcadas pela ordem ou limpeza, por exemplo. Em verdade, os feirantes sempre estiveram em conflito com o poder municipal, por se tratarem de ocupações irregulares e porque não condiziam com os princípios higienistas da época e, no caso das duas feiras mencionadas, por ocuparem espaços de grandes proporções em áreas valorizadas de comércio da cidade (Paim, 2005). Entretanto, a modernização da cidade na metade final deste século resultará na implantação de supermercados, frigoríficos e açougues. A feira se tornará sinal de incivilidade, em nome de novas formas de venda dos produtos, como nesta reportagem da década de 60:

---

<sup>4</sup> Termo advindo do ioruba “erê”, que significa brincar. É o nome dado a entidade intermediária entre o praticante do candomblé e seu orixá. Está atrelada a imagem das crianças, porque é por intermédio da entidade que o noviço aprende sobre o seu orixá. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Er%C3%AA>, acesso em 12/06/2012.

<sup>5</sup> Termo folclórico ioruba utilizado na Bahia que designa um leque metálico de formato circular, com guizos, que é ao mesmo tempo, insígnia e instrumento musical da orixá Oxum. Disponível em: <http://www.dicio.com.br/abebe/>, acesso em 12/06/2012.

Não existe uma localidade no interior da Bahia onde haja feiras livres permanentes [...]. Na Capital, onde deveria ocorrer o mesmo, proliferam as feiras, variando suas dimensões, mas uniformes num ponto: permanentes, sujas, com barracas que vendem frutas, carnes e outros alimentos [...]. O comércio varejista evoluiu, aparelhou-se para suprir as necessidades da população [...]. O que não evoluiu foi a maneira de encarar o problema, permitindo que uma tolerância ilimitada tornasse possível a existência e desenvolvimento de um comércio marginal, incapaz de responder às necessidades de consumo de uma cidade moderna<sup>6</sup>.

O tom higienista é explícito, as feiras eram um emblema do atraso. As vias terrestres passaram a garantir o escoamento da produção baiana e os artigos de outras regiões do Brasil, e não mais as marítimas, colaborando para o enfraquecimento do lugar comercial das feiras, que estavam localizadas especialmente junto ao porto. É assim que a região do Recôncavo, parte fundante da economia baiana no século anterior, deixa de integrá-la no final do século seguinte. A modernização compreendia Salvador e a região norte do litoral. E, assim, tinha fim o transporte fluvial, como os saudosos saveiros.

O “Caderno de Comidas Baianas” dá a tônica do conteúdo da comida baiana como definida no fim do século XX, escrito por um membro de família baiana tradicional (Pinto Netto, 1986). De início, o autor destaca a imagem já estabelecida da comida da Bahia sempre atrelada ao uso de azeite de cheiro (o azeite de dendê) e da pimenta, mas que esta não é a comida cotidiana da Bahia. Em verdade, a comida sem os dois ingredientes é a mais comumente consumida. O autor dedica uma sessão a estes pratos, que não são típicos da Bahia, mas são comuns, habituais à mesa. Isto porque “deve-se reconhecer que pratos típicos e tradicionais, sejam do Brasil ou de qualquer outro país, tornam-se cada vez mais raros em suas formas originais” (op.cit., p.16). A perda de uma “tradição” se deveria a dificuldade de preparar os pratos com a transformação das técnicas de cozinha, que dificultariam o acesso aos utensílios usados tradicionalmente e aos ingredientes necessários. O livro se propõe a apresentar receitas que possam solucionar estas dificuldades, com algumas concessões nos ingredientes, “mas visando fundamentalmente preservar aquelas características indispensáveis para que o prato seja autêntico” (op.cit., p.16). Seu conhecimento sobre a comida, sendo nativo e tendo suas memórias alimentares, e ainda uma compilação de receitas de cozinheiras baianas, lhe daria legitimidade para modificar as receitas sem perder sua possível essência. Seus comentários também tratam do turismo enquanto atividade

---

<sup>6</sup> Reportagem “Feiras livres permanentes sinal que Salvador está involuindo”. *Jornal A Tarde*, 01/07/63, p.2.

consolidada, mas crítica: “estão bitolados dentro de uma organização industrial, [...] que, infelizmente, é insatisfatória e às vezes mal concebida [...] talvez possam ver coisas e experimentar emoções gratas. Isto porque na Bahia ainda há milagres” (op.cit., p.18). São considerações muito elucidativas de um nativo em relação a um turista – o visitante é um bitolado, enredado na indústria de massas do turismo. A sorte é que a Bahia é tanta que é capaz de, mesmo nestas condições precárias, se desvelar e encantar.

O autor também observa com preocupação as modificações da comida do tabuleiro da baiana. O bolinho, antes apenas bolinho, é aberto (o que, por si só, já é uma descaracterização) e recheado com vatapá (outra comida com azeite de dendê). E, não só: “Pior ainda: oferecem o que chamam de ‘salada’, que é cebola e tomates crus, picados, embebidos em vinagre, para pôr no acarajé. É horrível” (op.cit., p.26). E, por estas modificações, o acarajé tinha encarecido na capital. O autor chama o conjunto de mudanças de deturpação, dando ideia da centralidade da iguaria para sua definição de comida baiana. Além do acarajé, como pratos mais famosos, define o caruru, o efó e o vatapá. Representam uma trilogia culinária de fama, que julga extremamente merecida. Afinal de contas, “ninguém pode aludir a eles sem pensar na terra e na gente que os criou” (op.cit., p.31). Interessa-nos especialmente a afirmação de que a comunicação e o turismo consagraram a trilogia, sendo usada para a propaganda dos restaurantes da época. O autor lembra que, até a década de 40, o consumo destes pratos em restaurantes era bastante raro, ainda mais se fossem caracterizados. Na década de 80, isso não é mais um problema, sendo possível encontrar os pratos em restaurantes não só da Bahia, mas de outros estados, nem que seja ao menos uma vez por semana. Promoção que também foi garantida pelas baianas de acarajé, que haviam proliferado na cidade. O alerta do autor é que, com a divulgação, os pratos correm mais riscos de serem deturpados. É o que aconteceria com as três iguarias.

Reconheço-lhes o direito de criar pratos, que possivelmente serão excelentes, assemelhem-se ou não a outros pratos típicos de qualquer região. Mas, o que não parece lícito é usar nomes consagrados, beneficiando-se de sua celebridade, para batizar novas fórmulas mais ou menos imitativas. Vejam só – vatapá de travessa! **Que a perdoem os orixás.** O vatapá da Bahia, patrimônio cultural dos baianos, tem suas características próprias de *aspecto*, *consistência*, *cheiro* e *sabor*. Outro prato que não tenha as mesmas características, todas elas, não pode ser chamado de *vatapá* da Bahia [...] é francamente desonesto (op.cit., p.34).

Considerando a iguaria parte do prato patrimônio cultural dos baianos, o tom de denúncia do texto é explícito. Além da propaganda, o autor trata da influência do

progresso tecnológico, outro aliado da deturpação. Pinto Netto julga que a tecnologia poderia ser uma aliada na garantia de facilidades na prática culinária, mas na manipulação de receitas tradicionais é preciso cuidado e humildade, para que não se perca a essência. Desvirtuar o vatapá, entendendo-o como um repertório completo de comidas baianas, é “despersonalizar-se um pouco, é deixar de ser o que era, de bom” (op.cit., p.36). O vatapá é parte da personalidade baiana – em uma explícita relação de incorporação.

Por fim, vale tratar do livro de receitas de uma das cozinheiras destacadas da contemporaneidade, Aldaci dos Santos, a Dadá, que também aponta para a reiteração de um modelo de ingredientes e de fazeres, mas para algumas mudanças. Paloma Amado, organizadora do livro, explica como foi feita a seleção das receitas:

Dadá entregou-me mais de trezentas receitas, todas excelentes. Não consegui estabelecer critérios precisos para esta seleção, a não ser o da mistura de tradição e invenção: a melhor comida baiana é ela quem faz, pois vai da mais pura, a que respeita preceitos, àquela em que se pode cheirar magia, onde retoma receitas esquecidas, nelas colocando sua arte, sua criação (Santos, 1998, p.8).

O valor da tradição e da reinvenção, e é bom que se destaque que se trata de uma reinvenção, é sublinhado nos critérios da autora. A equiparação da comida “pura” e da “mágica” que estabelecem uma ponte com intermédio dos preceitos religiosos e a arte de criar novos pratos, a partir da base de receitas que foram esquecidas. As receitas contêm alguns ingredientes mais comuns, como: o coco, seco e verde; o azeite de oliva e o de dendê; a combinação de gengibre, amendoim e castanha de caju; o uso do camarão defumado; as pimentas e as ervas, como coentro e cebolinha; e a farinha feita com dendê. Mas, sobre o azeite dendê, a cozinheira ressalta em uma entrevista ao programa televisivo do apresentador Jô Soares, quando perguntada sobre a quantidade de dendê que utiliza: “Eu uso um pouco de azeite de oliva, que agora eu fiquei chique, claro, né, negão (gargalhada) [...] que agora tô podendo [...] e uso muito pouco dendê [...] só pra dar aquele toque, aquele charme, porque você sabe, o dendê tem charme” Dadá (2010). O azeite doce, de terras europeias, é considerado luxo. O apresentador questiona se seria pelas possíveis indisposições intestinais causadas pelo ingrediente, o que chama de “maldição da Bahia”<sup>7</sup>, e Dadá concorda, falando da importância de não se

---

<sup>7</sup> A título de complementação, é interessante estabelecer uma analogia com a “Maldição de Montezuma”, atribuída a comida mexicana. O mito trata do imperador asteca Montezuma que, durante a guerra com os espanhóis, teria sido aprisionado pelo inimigo em uma caverna, para que morresse de fome. Motivado por este acontecimento, lançou uma praga sobre os forasteiros que viessem ao México: eles morreriam pela

colocar o azeite em demasia. É só um pouquinho, pra dar a cor, o charme, insiste. Ao que me parece, para não perder a baianidade. Julgo esta uma ressalva emblemática e importante.

Assim, se constitui um referencial sobre a comida baiana extraordinária – “um estilo culinário, de um estilo ou variável regional, bem circunscrito, bem delimitado” (Lima, 2010, p. 34). Vale a ressalva de que é preciso destacar que o modo como foi definido, trata apenas de hábitos alimentares que eram comuns a Salvador e Recôncavo, na medida em que, em outras regiões do estado, o consumo de dendê, por exemplo, é escasso, quando não inexistente. Apesar de ser possível observar a inclusão de novos elementos no item culinário, que veremos com detalhes nas próximas seções, a denominação parece persistir. O que se conceitua “comida baiana” na denominação corrente de moradores, livros de culinária e no uso do termo na oferta dos restaurantes tem a ver com um repertório bastante específico: a comida “de azeite”. Restrita a área de Salvador e do Recôncavo, o gosto construído é marcado pelo azeite de dendê, o ícone da baianidade à mesa, além do coco e das pimentas. Mas, ao longo das próximas seções, observaremos como a combinação das narrativas veiculadas em meio literário e musical, em material turístico ou no conteúdo de livros de culinária mostra “como podem ser imbricados o substrato científico-literário relativo ao tema, as diretrizes político institucionais e a rede midiática que envolve a vida social local” (Pinto, 2001, p.3).

## **1 – 2 A Bahia midiática: uma composição musical e literária**

*Azia é moléstia da Bahia!*<sup>8</sup>

A tarefa assumida por esta seção do capítulo é deveras ambiciosa. O estado e a cidade da Bahia – denominação antiga de Salvador – foram amplamente retratados por composições midiáticas em diversos meios, por autores baianos ou não. Esta seção tem como tarefa empreender uma breve incursão nesta diversidade, a partir das arestas do texto identitário que considero destacados para a análise deste trabalho. Trata-se de analisar de que modo determinadas referências artísticas, na medida em que atuam na construção de repertórios e signos identitários, agem na composição das diferentes

---

barriga. Conhecida pelo uso das pimentas e do feijão, a comida mexicana também é conhecida por “amaldiçoar” os visitantes. Uma explicação mais alongada pode ser encontrada em: [http://www.altagastronomia.com.br/site3/paginas/secao\\_conteudo.php?id=35&id\\_secao=279](http://www.altagastronomia.com.br/site3/paginas/secao_conteudo.php?id=35&id_secao=279). Acesso em 16/07/2012.

<sup>8</sup> Verso da canção *A Baiana e o Capadócio*, de autoria anônima (Lisboa Júnior, 1990).

maneiras de perceber e de construir imagens de si, de outros indivíduos e de grupos. E, nessa mesma medida, são essenciais na tarefa de engendrar significados aos produtos e procedimentos envolvidos no delineamento da “comida baiana”. Para tanto, são eleitas como repositórios de análise, obras da música e da literatura, ao considera-las importantes e efetivos veículos de divulgação de emblemas da baianidade.

O período estabelecido para análise deste material tem início no século XX, em um momento de mudanças históricas para a capital baiana. Um breve incursão permite observar que, sendo a primeira capital da colônia brasileira, Salvador e sua área contígua denominada Recôncavo<sup>9</sup> se constituíram como a região central da política e economia brasileira até o final do século XVIII, quando a capital é transferida para o Rio de Janeiro. A partir deste ponto, tem início o processo de declínio econômico e político e de isolamento da antiga capital, que irá culminar em sua marginalização dois séculos depois (Risério, 2004). Para este quadro, competiram muitos fatores, mas vale citar a concorrência com o açúcar produzido por outras colônias europeias e com o açúcar de beterraba acabaria por dar início de vez ao período de depressão econômica na região de Salvador e Recôncavo, sem retorno, a partir de 1860 (Mattoso, 1992). A abolição da escravidão, em 1889, agravou a situação. As tentativas de desenvolvimento industrial mostraram-se precárias e lentas, uma vez que o contexto não ajudava. “Sua capitalização era fraca, havia a enorme dificuldade de transporte, a carência de energia e, ainda, a hegemonia dos comerciantes, que não se interessavam tanto por investimentos em atividades produtivas” (Risério, 2004, p.310). Enquanto isso, o Brasil centro-sulista passava por seu processo de abertura econômica para o resto do mundo – especialmente com a vinda da família real portuguesa para o Brasil, que garantiu ares de metrópole à colônia temporariamente. Algumas décadas mais tarde, teria início o processo de industrialização da região, o que a distanciaria ainda mais da antiga capital baiana. Assim, ainda que o setor comercial lucrasse com o momento, o resto do setor econômico baiano enfrentava tempos de crise, em virtude de uma indústria deficiente e uma agricultura em franca depressão. Afastava-se, deste modo, do centro mais dinâmico da economia. Mas, ao mesmo tempo, e o que importa para este capítulo, é o argumento de alguns estudiosos sobre o processo: este período de “letargia” e de ensimesmamento

---

<sup>9</sup> A definição de Kátia Mattoso (1992, p.51) me parece a mais apropriada: “[...] abrange todas as terras adjacentes, ilhas e ilhotas, bem para além das praias, várzeas e planaltos próximos ao mar; uma orla de quase trezentos quilômetros torna fácil a circulação, até porque numerosos rios se lançam na baía – na Baía de todos os Santos – por ambos os braços navegáveis”.

vivido pela região no fim do século será responsável pelo desenvolvimento de singularidades culturais. “Assim é que, ao longo desse século, vai se definir a configuração daquilo a que hoje referimos com o sintagma cultura baiana. [...] Se, para a economia, o século XIX significou um processo crepuscular, para a cultura, ao contrário, o processo foi matinal” (op.cit., p.453). A solidão que Risério identifica ter fundado a baianidade.

O início do século XX, por sua vez, caracterizou-se pela política “do café com leite”, fundamentada no revezamento de políticos mineiros e paulistas na política nacional, Salvador e Recôncavo enfrentavam uma situação de letargia. Os dados econômicos atestam o declínio da importância dos produtos baianos que antes eram fundamentais para a economia: entre 1898 e 1910, o fumo representava apenas 2,0% das exportações brasileiras e o açúcar, 0,4% - quantidade composta não apenas pela produção baiana, que era a menor de todas, mas também incluindo a produção de Rio de Janeiro e Pernambuco (Risério, 2004). O café, por outro lado, produto da região meridional brasileira emergente representará 52,7% das exportações no mesmo período. É o período histórico do que será definido como “enigma baiano”, termo cunhado pelas elites à incapacidade de industrialização e, conseqüentemente, de modernização do estado.

Ainda que os dados não sejam totalmente confiáveis, a título de ilustração, em termos populacionais, durante a primeira metade do século XX Salvador será a capital brasileira com um dos menores índices de crescimento populacional. Entre 1920 e 1940, o crescimento seria de apenas 0,2%. A reversão do movimento populacional está atesta no fato de que, em 1890, São Paulo, um dos novos centros, possuía 65 mil habitantes e, na década seguinte, chegaria a 240 mil. No início do século XX, seria a segunda maior capital do Brasil, menos populosa apenas do que a capital federal. Ademais, a Bahia experimentava também um período de desprestígio político, notadamente durante a era Vargas, cuja candidatura enfrentara a oposição da maioria da elite política baiana. Ademais, a região carecia em infraestrutura e energia, o que não se transformaria durante as primeiras décadas do século, em virtude dos fatos já apontados. O que se observa é que o tal enigma não tinha nada de enigmático:

as empresas manufatureiras baianas não se expandiram por conta de nosso próprio sistema econômico, que era ‘estruturalmente agrário-mercantil’. Em vez de ir criando um espaço próprio, as fábricas se subordinavam ao

comércio, ao movimento de exportação/importação, sustentado pelo açúcar o fumo [...] (op.cit., p.463).

A depressão econômica atingia profundamente a capital do estado, enquanto a relação de dependência com o Recôncavo, antigo produtor de artefatos que abasteciam a capital, se mantinha durante boa parte do século. Até a década de 1950, Salvador será a menos desenvolvida entre as grandes cidades brasileiras, e apenas o setor comercial da região baiana permanecerá em desenvolvimento.

No âmbito musical, no entanto, a Bahia representava uma importante inspiração para os compositores no início do século XX, momento da implantação da indústria fonográfica baiana e brasileira e em que há o registro – as músicas podem ser, o que é bastante provável, ainda mais velhas (Lisboa Júnior, 1990). O trecho da música que inicia a seção data da primeira década do século XX, o que reflete a antiguidade do tema nas canções. A escolha da produção musical como repositório da análise se dá em virtude do importante poder de penetração que marca este ramo da arte, uma vez que, para além dos discos, a difusão se deu amplamente através do rádio. Assim, os registros musicais representarão um importante meio de difusão de uma imagem de Bahia, da baiana e da comida baiana. Especialmente porque, mais tarde, a verve artística-musical torna-se importante aspecto do texto da baianidade, como no ditado atribuído comumente ao músico Dorival Caymmi, “Baiano não nasce, estreia”.

Entre os primeiros registros, vale citar “A farofa”, de 1913, de autoria anônima, sobre a relação entre o consumo da farofa, temperada com azeite de dendê, e a virilidade masculina.

*Ando a muito procurando/ Eu mesmo não sei o quê/ De fazer uma farofa/  
Misturada com dendê [...] Uma vez eu fui me confessar / E o Padre Chico  
perguntou/ Porque é que eu andava tão endiabrado. Eu disse a ele: Eu não  
sei, seu padre/ Talvez seja por causa de umas farofazinhas/ Que eu ando  
comendo aí/ [...] Essa é a farofa misturada, muita força à gente dá, faz ficar  
endiabrado/ E é comida com vatapá/ Imaginem que depois disso,/ O Padre  
caiu na farofa/ Que foi uma garapa (op.cit., p.27).*

A farofa, vale lembrar que na mistura entre farinha e dendê, é considerada tão poderosa, conferindo tamanha vitalidade, que ao saber do que aquele que confessava fazia após consumi-la, mesmo o padre, em seu celibato, não pôde resistir. Desta maneira, a música contribui para a ideia de que a comida baiana é benéfica para o comensal masculino, capaz de promover mesmo o desempenho sexual – ainda que a referência não seja exatamente explícita. Ainda que os componentes masculinos não sejam tão citados como os femininos, como veremos no próximo tópico, sua definição

nas músicas é importante para pensar como a comida e a mulher também o compõem: *“Eu sou católico, apostólico e baiano/ Eu sou do norte, menina, tome cuidado/ Sou ciumento, sou cabra desconfiado/ Na minha terra quem tem medo não se aguenta/ Não durmo sem rezar e não como sem pimenta”* (Mariano, 2009, p.245).

De autoria de compositor paulista, “Só na Bahia que tem”, de 1927, se empenha em citar os atributos autenticamente baianos: *“Só na Bahia é que tem/ Ai, meu bem/ Só na Bahia é que tem,/ Tem gostoso, meu bem/ - O que, Iaiá<sup>10</sup>?/ [...] Azeite de dendê”* (op.cit., p.39). Como se pode observar, o enaltecimento dos atributos baianos, nesse caso expressos no azeite de dendê, vem entremeados com suspiros e frases de sentido dúbio, denotando sensualidade e o diálogo do turista paulista com uma mulher nativa. De um compositor carioca, “Cuscus (sic)” é de 1928, e retratando mais uma vez um prato típico baiano: *“Lá na Bahia, mesmo em São Salvador,/ Tem um pratinho bem saboroso, ioiô,/ Deus me perdoe, Senhor do Bom Jesus/ Como é gostoso comprar, comer cuscus (sic)”* (op.cit., p.40). As referências aos santos, como se o desejo pela comida fosse mesmo pecaminoso, também marcam a narrativa. Apenas para mencionar alguma das músicas que tratam da comida como um dos elementos centrais da questão, mas o uso dos termos “dendê”, “pimenta”, “caruru”, “vatapá”, “cocada”, “moqueca” e “acarajé” é bastante amplo, desde o início do século XX. As músicas compõem um ideário da comida baiana a partir de sua criação por mãos femininas africanas, pelo uso de condimentos, com destaque à pimenta, e de caracteres que transitam entre a cozinha “primitiva” e a “elaborada” – em um julgamento da cultura africana.

A religiosidade é outro tema tratado com frequência pelas canções, como já pudemos observar em alguns dos exemplos acima, mas também em outros, como “Mais um milagre”, de Geraldo Pereira, de 1945. *“Eu tenho em casa à cabeceira da cama um Senhor do Bonfim/ A quem me queixei e pedi que olhasse por mim/ E o Senhor soberano e bondoso para não ver o seu filho perdido/ Foi piedoso e atendeu meu pedido”* (Mariano, 2009, p.247). Mas, da menção quase exclusiva aos santos católicos nas canções, o último quarto do século XX irá assistir a mudança. Primeiro, a afirmação do sincretismo religioso: “Se, no começo do século, o candomblé ainda era mal visto e

---

<sup>10</sup> O termo Iaiá era muito utilizado na época dos escravos, para designar senhora da fazenda, cunhado por escravos africanos. Vem do ioruba, Iyá, significando mãe. O uso irá se expandir e assumir novos significados, agora direcionado as Yalorixás, sacerdotisas do candomblé, mas sendo utilizado para designar as mulheres negras do início do século, especialmente as que mercavam. O masculino Ioiô também era utilizado. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Iyalorix%C3%A1>, acesso em 29/05/2012.

até perseguido, contemporaneamente, a familiaridade com os rituais, os fundamentos e adeptos da religião passa até a conferir status, torna-se signo de bom gosto e erudição” (op.cit., p.98). Os artistas passam a demonstrar seu respeito diante da religião, quando não assumem mesmo seu pertencimento. A menção aos orixás, a sabedoria dos terreiros ou as expressões em línguas africanas, tornam-se elementos importantes e desejados nas músicas. É assim que, na música de Gêronimo, de 1986, “*Nessa cidade todo mundo é d’Oxum/ Homem, menino, menina, mulher/ Toda essa gente irradia magia/ Presente na água doce/ Presente na água salgada/ e toda cidade brilha*”. É um símbolo de autenticidade de Salvador.

De composição anônima mas de gravação carioca, também do início do século, “*Lundu Gostoso*” faz um apanhado de elementos da cidade da Bahia. Mas vale reter o clima festivo, a capacidade artística do povo mestiço e a vontade do autor de mudar-se para estas terras: “*Valha-me, Nossa Santa Maria,/ Eu vou-me embora pra cidade da Bahia,/ Na festa pra minha gente levar,/ Vamos lá quero ver tocar,/ Quando o crioulo é bom, crioulo sabe pontear*” (Lisboa Júnior, 1990, p.31). A partir da década de 70, este tópico irá assumir maior centralidade entre as temáticas musicais, a medida que as práticas lúdicas se tornarão mais importante para o texto identitário e para a economia de Salvador. Cantaria Caetano Veloso em 1977, com “*Muitos Carnavais*”: “*Somos muitos carnavais/ Nossos clarins/ Sempre a soar/ Na noite, no dia/ Bahia/ Vamos viver/ Vamos ver/ Vamos ter/ Vamos ser/ Vamos desentender/ Do que não/ Carnavalizar a vida, coração*”. Ou ainda, mais emblemática do caráter festivo da cidade, já no final do século, em “*Beijo na Boca*”, cantada por diversos artistas: “*Todo dia é dia de festa na Bahia [...] Todo dia é festa em Salvador/ Suor, suingue maneiro/ Pecado e amor*” (Mariano, 2009, p.273).

A personalidade baiana também se destaca entre as temáticas tratadas. Entre os caracteres, a “alegria”, “a hospitalidade”, o jeito “pacifista”, a “sensualidade” e o “despojamento”. Moraes Moreira e Armandinho, figuras destacadas, compuseram uma das músicas mais emblemáticas, “*Chame Gente*” de 1986:

*Ah, imagina só/ Que loucura essa mistura/ Alegria, alegria é um estado/ Que chamamos de Bahia/ De todos os santos/ Encantos e axé/ Sagrado e Profano/ O baiano é carnaval [...] Por isso chame, chame/ Chame gente/ Que a gente se completa/ Enchendo de alegria/ A praça e o poeta!*

Enaltecendo o sincretismo e a miscigenação, os compositores se utilizam do sentido ambíguo da palavra “estado”, para demonstrar que alegria significa “Bahia”. O

ato de chamar outras pessoas para participar da festa, para que se complete, denota este povo hospitaleiro, que tem seus encantos, transitando entre o sagrado e o profano. A música de Nizan Guanaes, de 1988, também atua neste sentido: “*Ah, que bom você chegou/ Bem vindo a Salvador/ Coração do Brasil Vem, você vai conhecer/ A cidade de luz e prazer [...] / Vai entender que o baiano é/ Um povo a mais de mil/ Ele tem Deus no seu coração/ E o Diabo no quadril*”. A felicidade com a chegada do visitante e o convite para conhecer a cidade se aliam a descrição do povo, que é “animado” e que é regido por Deus, mas tem outras partes do corpo sob influência de outras entidades – em uma amostra de sua sensualidade, que é irresistível.

O vínculo da terra com a ideia de “prazer” também está atestada nas músicas. Os registros tratam de um estado em que é possível vivenciar um estado de bem estar completo, que propicia o gozo da vida, a diversão, a satisfação daqueles que residem e os visitantes. Este estado é garantido pelos caracteres do povo descritos no parágrafo anterior, pelo estado permanente de festa, e uma parte importante ainda não citada da narrativa: o clima e a natureza. É assim que o “verão”, o “calor” e o “sol” serão frequentemente mencionados nas músicas, como atributos positivos do estado. Elementos que serão complementados pelo “mar”, a “areia”, os “coqueiros”. A música emblema é, evidentemente, “*Tarde em Itapoã*”, de Vinícius de Moraes e Toquinho, de 1971.

*Um velho calção de banho/ O dia pra vadiar/ Um mar que não tem tamanho/  
E um arco-íris no ar/ Depois na praça Caymmi/ Sentir preguiça no corpo/ E  
numa esteira de vime/ Beber uma água de coco/ É bom/ Passar uma tarde em  
Itapoã/ Ao sol que arde em Itapoã/ Ouvindo o mar de Itapoã/ Falar de amor  
em Itapoã/ Enquanto o mar inaugura/ Um verde novinho em folha/  
Argumentar com doçura/ Com uma cachaça de rolha/ E com o olhar  
esquecido/ No encontro de céu e mar/ Bem devagar ir sentindo/ A terra toda  
a rodar [...]*

A música reflete o propósito de contemplação do mar e do céu e o ritmo mais lento de vida que é inspirado pela paisagem, acompanhado do consumo do coco e de álcool.

Pode-se observar, após esta breve incursão em algumas músicas mais emblemáticas, como os registros musicais representam um repositório importante do texto identitário da Bahia. Define seu povo e personalidade, de malemolência, sensualidade e alegria, vivendo em uma terra festiva e de riquezas naturais. Como visto por Mariano, “[...] alguns letristas chegam a defender: ser baiano é sinônimo de ser melhor ou, no mínimo, diferente” (op.cit., p.157). Evidentemente, as identidades se

fundamentam na diferença. Mas, ao que parece, o material dedicado a descrever esta diferença da Bahia, há quase um século, em relação a música, reflete a centralidade desta proposição para os baianos e o destaque desta identidade no Brasil. Mas aprofundaremos estas questões mais à frente.

Julgo que o texto identitário produzido pela literatura é igualmente importante para uma composição e afirmação da identidade baiana porque, apesar de envolver a necessidade de um público leitor, é um meio de informações difundido amplamente. Esta difusão se configura como importante porque se dá em virtude do fato de que produtos do sistema literário gozam de especial prestígio enquanto bens elevados e legítimos da cultura. O que lhes garante espaço em importantes instituições de socialização da cultura letrada, como as escolas. E, quando tratamos das composições sobre Bahia em meio literário, o nome que se destaca é Jorge Amado – especialmente no ano corrente, de seu centenário, marcado por diversas homenagens e a exibição da minissérie *Gabriela, cravo e canela* por uma emissora de grande audiência. Com outros objetivos, caberia discutir o porquê desta primazia, mas, para este trabalho, vale apenas considerar que suas contribuições são centrais para a formação do texto que informa a baianidade.

Jorge Amado tornou-se uma figura-emblema do baiano e um dos intérpretes mais importantes da cultura baiana, autor de quarenta e cinco livros, traduzidos em quarenta e nove línguas e publicados em cinquenta e cinco países<sup>11</sup>. Sua popularidade também advém do fato de que seus livros foram transformados em produções televisivas, como minisséries e novelas, além de filmes, em diferentes produções. Entre os livros, dois parecem sintetizar as qualidades baianas: um guia sobre a cidade da Bahia e um livro sobre as características do estado.

Em *Bahia de Todos os Santos*, publicado em 1945, o autor se propõe a apresentar Salvador para os visitantes, o que está definido em sua “Apresentação”:

E quando a viola gemer nas mãos do seresteiro na rua trepidante da cidade mais agitada, não tenhas, moça, um minuto de indecisão. Atende ao chamado e vem. A Bahia te espera para sua festa quotidiana. Teus olhos se encharcarão de pitoresco, mas se entristecerão também ante a miséria que sobra nestas ruas coloniais onde começam a subir, magros e feios, os arranha céus modernos [...] Nunca se sabe bem o que é verdade e o que é mentira nesta cidade. No seu mistério lírico e na sua trágica pobreza, a verdade e a

---

<sup>11</sup> Informações extraídas do site da Fundação Jorge Amado. Disponível em: <http://www.jorgeamado.org.br/>. Acesso em 20/04/2012.

lenda se confundem [...] Ah, moça! Esta cidade da Bahia é múltipla e desigual. Sua beleza eterna, sólida como em nenhuma outra cidade brasileira nascendo do passado, rebentando em pitoresco no cais, nas macumbas, nas feiras, nos becos e nas ladeiras, sua beleza tão poderosa que se vê, se apalpa e se cheira, sua beleza de mulher sensual. [...] Porque assim é a Bahia, mistura de beleza e sofrimento, de fartura e fome, de risos álares e de lágrimas doloridas (Amado, 1945, p.17).

Entrelaçam-se lirismo e convite na narrativa do autor, alertando para o contraste da cidade, de festa e também de tristeza, de beleza e pobreza. De realidade tão densa que é possível apalpá-la e cheirá-la, como uma mulher sensual, ao passo que verdade e lenda então se confundem. Como se pode ler, a Bahia se marca na música, no mar e suas embarcações, em sua antiguidade e recente modernização e na religiosidade afro baiana. Seu espectador será envolvido por uma trama complexa, como se percebe.

Para Jorge Amado, é uma cidade arrebatadora:

Esplêndida cidade, noiva do mar, senhora do mistério e da beleza. [...] te envolverão, darás teu coração para jamais; jamais poderás esquecer a Bahia, o óleo de sua beleza denso te banhou, sua mágica realidade te perturbou para sempre [...] É uma beleza antiga, sólida e envolvente a dessa cidade. Não nasceu de repente, foi construída lentamente e está amassada no sangue dos escravos (op.cit., p.325).

Em uma relação duradoura com o mar, envolve sentimento visitar a cidade, que é mulher (noiva e senhora) sendo impossível esquecê-la. E, para fundamentar esta antiguidade, neste ponto há a referência, também presente em outros livros do autor, sobre a importância do elemento negro-escravo na história da Bahia, capaz de resistir e, ao mesmo tempo, manter-se gentil e alegre, apesar das adversidades. Reitera a relação fundamental da cidade com o ambiente natural aprazível: “Vou mandar que batam os atabaques e os saveiros partam em sua busca no mar. Serão a doce brisa e os ventos e as palmas dos coqueiros que te saudarão nas praias” (op.cit., p.19). Vale lembrar que esta é a época em que a construção social da praia, como um espaço de descontração e prazer, já está consolidada (Risério, 2004).

Mas, mais do que a natureza, é o povo que confere a Salvador sua unicidade:

Não há cidade como essa por mais que a procureis nos caminhos do mundo. Nenhuma com as suas histórias, com o seu lirismo, seu pitoresco, sua funda poesia. No meio da espantosa miséria das classes pobres, mesmo aí nasce a flor da poesia porque a resistência do povo é além de toda a imaginação. Dele, desse povo baiano, vem o lírico mistério da cidade, mistério que completa sua beleza (op.cit., p.34).

A poesia baiana nasce, então, em condições improváveis, mas não deixa de nascer. É desta fonte que advém o mistério que marca o cotidiano baiano, que não pode ser apreendido de imediato por aqueles que não a conhecem. Mas que, por mais que

viage o baiano, continua sendo uma cidade única. E onde Jorge Amado queria estar quando morresse, como aconteceu:

Essa é a minha cidade e em todas as muitas cidades que andei, eu a revi num detalhe de beleza. Nenhuma assim, tão densa e oleosa. Nenhuma assim para viver. Nela quero morrer quando chegar o dia. Para sentir a brisa que vem do mar, ouvir à noite os atabaques e as canções dos marinheiros. A Cidade da Bahia, plantada sobre a montanha, penetrada no mar (op.cit., p.328).

Em “Bahia Boa Terra Bahia”, obra feita em conjunto com o pintor Carybé e o fotógrafo Flávio Damm, entre fotografias e pinturas dos dois artistas retratando o cotidiano de Salvador, o autor faz um apanhado dos diversos caracteres que fazem da Bahia um estado original.

Nesse livro pretendemos os três dar uma visão da Bahia, de seu mundo complexo, desse pujante humanismo, de sua originalidade cultural. Nessa terra é tudo misturado - anjos e exus, o barroco e o agreste, o branco e o negro, o mulato e o caboclo, o candomblé e a igreja, os orixás e os santos, a opulência e a miséria, tudo misturado. Os sentimentos e os ritmos, os mistérios também. (Amado; Damm; Carybé, 1967, p.6).

A mistura, assim, é que rege a cultura baiana, seja etnicamente, religiosamente e mesmo em termos econômicos. Este argumento é central em toda a obra do autor. É esta combinação que faz da Bahia humanismo, um estado complexo, original e misterioso – não imediatamente apreensível para aqueles que não o conhecem. Obra de única edição, publicada em 1967, reflete a posição destacada que o escritor já assumia como intérprete do estado. A altivez da definição de “baiano” é perceptível:

Baiano quer dizer quem nasce na Bahia, quem teve este alto privilégio, mas quer dizer também um estado de espírito, significa certa concepção de vida, quase uma filosofia, determinada forma de humanismo. Eis porque homens e mulheres nascidos em outras plagas, se reconhecem baianos apenas atingem a fímbria desse mar de saveiros, as agruras desse sertão de vaquejadas e de milagres, os rastros desse povo de toda resistência e de toda gentileza. E como baianos são reconhecidos, pois de logo pode se distinguir o verdadeiro do falso. Aqui entre nós: tem gente que há vinte anos tenta obter seu passaporte de baiano e jamais o consegue pois não é fácil preencher as condições e como diz o moço Caymmi, nosso poeta, “quem não tem balangandãs não vai ao Bonfim” (op.cit., p.4).

O que se apreende do período é que, devido à tamanha importância e peculiaridade, ser baiano é uma questão de autenticidade, de verdadeiro e falso, de uma quase filosofia – de um povo que consegue ser resistente e gentil, ao mesmo tempo. Ainda que o candidato busque garantir o título há muito tempo, não se trata de uma questão de temporalidade. Caso não seja paramentado para recebê-lo, não importa o quanto tente. É importante deixar registrada a consideração que, ser baiano é um título a ser concedido para aqueles que não nasceram no estado, para perceber o destaque que

tentava se revestir na definição de baianidade na década de 60. O trecho seguinte aponta para a importância da postura humilde daqueles que não nasceram no estado, mas que possuem o título:

Uma senhora indiscreta perguntou:

- O senhor nasceu na Bahia, seu Carybé?

O baiano por excelência respondeu:

- Não mereci, minha senhora (op.cit., p.6).

É possível observar, mais uma vez, como Amado destaca o povo e sua composição para explicar a peculiaridade da Bahia:

Nessa cidade a cultura popular é tão poderosa, possui uma tradição tão densa, existe porque foi defendida com tanta fúria e coragem, que não só marca como condiciona toda a criação artística e literária [...] Tudo aqui se misturou, sob o comando do povo. Porque esses bens de cultura foram defendidos com sangue e com raiva, com determinação implacável (op.cit., p.43).

Mais uma vez, a marca da densidade e complexidade, e a referência a um povo guerreiro, que teria comandado o processo de formação do estado. O autor afirma a primazia do lugar, através da mestiçagem que dá início ao próprio brasileiro: "Iam-se misturando sangues e culturas, para que de todo esse caldeamento surgisse o baiano, o brasileiro [...]" (op.cit., p.11).

O povo tem características bem marcadas, que atravessam todos os romances do autor: "Eis que aparecera o baiano, gentil, cordial, de boa prosa e melhor riso, pícaro e malicioso, sensual, de gula e dengo, tolerante e sábio. Nasceu da mistura, nasceu da democracia racial que se criou nesta terra da Bahia" (op.cit., p.12). A consideração da democracia racial também se destaca na obra do autor, com a positividade similar a de Gilberto Freyre ao tratar do tema. Amado julga que suas considerações, de ares românticos, não são invalidadas pela situação de extrema pobreza do estado à época:

O povo é mais forte que a miséria. Impávido, resiste às provocações, vence todas as dificuldades. De tão difícil e cruel, a vida parece impossível e no entanto, o povo vive, luta e ri, não se entrega. Faz suas festas, dança suas danças, canta suas canções, solta sua livre gargalhada, jamais vencido. [...] Em tendo ocasião, o povo canta e dança. [...] Guardam todas elas (as festas) nossa marca original de miscigenação, de nossa civilização mestiça (op.cit., p.56).

O povo, resistente, ainda é capaz de ser alegre, de se divertir, em qualquer ocasião. E o autor chega a ir mais longe, para que o leitor não se guie apenas pela situação econômica do estado:

Isso não quer dizer que na Bahia a vida seja mais fácil, menos dura, menos difícil para o povo. Ao contrário: cidade pobre, Estado quase paupérrimo apesar das inúmeras riquezas, subdesenvolvido, na Bahia o povo tem oportunidades e possibilidades muito menores do que no Rio e em São Paulo. A diferença está na civilização popular, na cultura do povo, que humaniza a cidade e torna a vida menos áspera e brutal, fazendo das relações entre os cidadãos um convívio humano e não um permanente conflito de inimigos. Não me refiro, é claro, aos problemas de luta de classe, de injustiças sociais, que aqui existem como em qualquer outra parte. Refiro-me às relações entre pessoas, ao trato cotidiano, refiro-me ao humanismo baiano (op.cit., p.60).

Em um estado mal aproveitado – em virtude da gestão governamental, como aponta em outros trechos do livro – o bem viver supera as adversidades.

Sobre a comida baiana, propriamente, Amado também trata da importância miscigenação, com a vinda do dendê e das pimentas da África, o açúcar de Portugal, o coco das praias brasileiras e a mandioca dos indígenas – e assim se compõe um quadro peculiar.

Os pratos portugueses adquiriram maior picante, um gosto mais definido e forte. Os guisados africanos perderam sua agressividade, certo primarismo, ganharam maior finura. A cozinha sadia e simples dos indígenas compareceu também com suas folhas, suas raízes, suas caças. Assim nasceu a culinária baiana, sem dúvida e sem exagero uma das mais finas e saborosas do mundo (op.cit., p.76).

O uso do termo “fino” para designar a comida baiana não é por descuido. Atribuído geralmente as cozinhas internacionais, Amado quer mostrar como pode ser aplicado a uma cozinha brasileira, de importante contribuição africana, inclusive. Mas neste ponto há certa ambiguidade, uma vez que esta composição ocorre porque o elemento africano, considerado selvagem, ganha sofisticação em encontro com a comida europeia; apimenta a comida portuguesa, de sabor mais neutro; enquanto o indígena contribui com uma cozinha mais simples. De qualquer modo, para Amado, em se tratando da comida baiana, a matriz africana se sobrepõe às demais, é ela quem tempera, e ainda melhor, apimenta. O azeite de dendê, o coco e a pimenta são os elementos mais característicos da cozinha baiana. Conclui “não há dúvida: nosso umbigo é a África” (op.cit., p.78). Chega a definir um rol de iguarias, como em seus romances:

Os pratos mais saborosos e de fama mais proclamada são o vatapá - maravilha de cor e de cheiro e de sabor, é claro - o caruru, o efó, o acaçá, o acarajé, o abará, o sarapatel, o xinxin (sic) (de galinha ou de cabrito - xinxin de bode, como se diz), as frigideiras: de camarão, de bacalhau, as moquecas (sic): de peixe, de camarão, de siri-mole, o aberém, o arroz de aussá (sic) (op.cit., p.78).

Deste modo, o que esta breve incursão pretende demonstrar é que o ideário de Bahia foi pensado e composto durante o século XX por diversos atores, especialmente se pensarmos que o que temos aqui é uma pequena compilação de contribuições. E que este ideário é composto por elementos diversos, que constroem a imagem de uma Bahia alegre e festiva, ainda que pobre; miscigenada, ainda que marcadamente negra; religiosa e sincrética, ainda que profana; bem alimentada, ainda que desnutrida.

Ao fim deste trecho e da análise desta Bahia como descrita nos registros musicais e literários, cabe uma ressalva mais detida sobre o conceito de Bahia como observado largamente até este ponto. Como já sinalizado a respeito da comida baiana, a imagem ampla de estado promovida até agora tratava majoritariamente de aspectos da região antes formada por Salvador e Recôncavo – sendo que mesmo o Recôncavo é deixado de lado no fim do século passado, com um novo destaque ao Litoral Norte, e uma tentativa de retomada nos últimos anos. As características da paisagem, que remetem à praia; de uma terra em que todo dia é dia de festa, expressa em seu espírito carnavalesco; da composição do povo, com apelo especial à negritude e seus bens simbólicos, como o Candomblé; e da comida, que tem o dendê como marcador principal; são conteúdos que tem a ver com uma região bastante específica.

Mas a referência na formação do termo “baianidade” é a um estado inteiro. E um estado que é o quinto maior em extensão no Brasil, sendo o mais extenso da região Nordeste (Wikipédia, 2012). E é este aspecto que o slogan atesta: a Bahia seria muito mais do que Salvador e Recôncavo. Trata de seu interior, muito mais extenso que o litoral e que tem peculiaridades específicas. Durante grande parte da história do Brasil, esta partição entre interior (aqui incluídas praticamente todas as cidades fora do Recôncavo) e capital se deu de maneira explícita, sendo fundamental para criar outras características. Não é puramente a separação entre rural e urbano, mas outra formação. O povoamento do interior ocorre de modo esparso e recente, fundamentado na economia de subsistência e na venda de outros produtos, como o couro, e em condições climáticas mais áridas, enquanto os poucos esforços do governo se dirigiam apenas à capital e seu entorno. Contemporaneamente, irá compor outro bem de consumo simbólico, pautado na ideia de sertão, também formado no processo de modernização nacional e dando sentido à outra ideia de pertencimento (Alves, 2004). Como a identidade se forma neste processo de interação com o outro, uma identidade sertaneja tem como contraponto, neste caso, a identidade litorânea de Salvador e Recôncavo.

No que toca a comida, por exemplo, a comida baiana e a comida sertaneja também se compõem mutuamente. Evidentemente, são diversas na medida em que a disponibilidade de ingredientes é diferente, mas também precisam ser levados em conta os aspectos culturais, como a definição do que é ou não comestível, as superstições alimentares ou a definição dos alimentos preferíveis – o consumo de carne animal, como o de carne de bode, como elemento que dá “sustância” à comida, é muito importante. O *site* da Bahiatura, por exemplo, especifica esta comida, no quesito “Gastronomia”, afirmando que “o sertão reserva novas misturas, aguça novos sabores e endossa o tempero da culinária baiana. Carne seca, pirão, mingau, cuscuz, bolos e doces variados de todas as frutas dão o tom da mesa farta do sertanejo” (Bahiatura, 2012). Percebe-se o cuidado em usar o termo “farto” para designar a culinária de um povo que se tornou conhecido por sofrer com a fome. O que é possível observar, de antemão, é que faz parte da nova postura dos órgãos em incluir o interior/sertão em um material publicitário que algumas décadas antes não o levava em consideração – trata-se, de fato de um processo mais amplo de construção de significados estéticos de litoral e interior, em destacada oposição, que subjaz ao século XIX (op.cit.).

Mas a linguagem corrente permanece utilizando o termo “Bahia” para designar a faixa litorânea. Ocupo-me desta ressalva apenas para sinalizar que identifico este uso inapropriado do termo – mas o utilizo aqui do mesmo modo como é usado para definir “comida baiana”, porque acredito que é emblemático de um processo econômico e político que fundamenta este uso.

### **1 – 3 A “baiana” e a Bahia: de dendê, negritude, generosidade e sensualidade**

Baiana, baianinha boa  
Teu requebro me enfeitiçou  
Enfeitiçado, sambando eu vou  
Baiana mãe Baiana  
É belo o teu pedestal  
Eu te adoro e adorando imploro  
Teu carinho maternal

Mãe Baiana Mãe, Império Serrano, 1983<sup>12</sup>

A terceira seção privilegia a análise de um tema específico da narrativa que envolve a comida baiana ao tratarmos das mídias artísticas: o destaque da figura feminina e negra que é identificada como autêntica detentora do saber fazer culinário na Bahia. Ao se tratar de um trabalho sobre restaurantes, ou seja, espaços que se definem

---

<sup>12</sup> Trecho do samba-enredo da escola de samba carioca Império Serrano, composto no carnaval de 1983.

como detentores destacados deste conhecimento, é importante pensar na figura que se consolidou como fundadora da cozinha baiana a partir deste conteúdo. Assim, esta seção se dedica a analisar a formação desta imagem e seus caracteres na trama simbólica de sentidos e imagens baianas veiculadas pela produção musical e literária. Ao mesmo tempo, trata-se de observar como esta mulher nutre os baianos em diversos sentidos, sendo importante refletir como sua imagem também compõe uma ideia ampliada de Bahia.

De início, recorro mais uma vez a narrativa construída por Jorge Amado. Uma importante contribuição do autor em seus romances é a definição de um perfil da mulher baiana. Dando centralidade à Gabriela, Tieta e Dona Flor, três personagens destacadas de seus romances, é possível observar como tem características comuns, apesar de parecerem distintas à primeira vista. Fisicamente, Gabriela é mulata como Tieta, ao passo que Dona Flor tem cor de “cabo-verde”, um tom bronzeado. Aqui cabe o primeiro registro sobre a baiana: a descrição de seus atributos físicos enfatiza sua sensualidade natural. A descrição de Dona Flor, a personagem mais recatada e, talvez, menos consciente de sua beleza, sendo uma dona de casa “típica”, reflete esta condição inevitável:

Ao demais, trajava o robe caseiro e bastante usado com que cuidava do asseio do lar, calçava chinelas cara de gato e ainda estava despenteada. Mesmo assim era bonita, agradável de ver-se: pequena e rechonchuda, de uma gordura sem banhas, a cor bronzeada de cabo-verde, os lisos cabelos tão negros a ponto de parecerem azulados, olhos de requebro e os lábios grossos um tanto abertos sobre os dentes alvos. Apetitosa, como costumava classificá-la o próprio Vadinho em seus dias de ternura [...] (Amado, 1983, p.7).

Mesmo que não estivesse “arrumada”, sua beleza natural era perceptiva, como mestiça de indígena, aparentemente. Ou na consciente Gabriela, que se “deixava” ver:

Entrou de mansinho e a viu dormindo numa cadeira, os cabelos longos espalhados nos ombros. Depois de lavados e penteados tinham-se transformado em cabeleira solta, negra, encaracolada. Vestia trapos mais limpos, certamente os da trouxa. Um rasgão na saia mostrava um pedaço de coxa cor de canela, os seios subiam e desciam levemente ao ritmo do sono. O rosto sorridente [...] Morena e tanto essa sua empregada. Uns olhos, meu Deus. E da cor queimada que ele gostava (Amado, 1976, p.129).

Todas vivem em tramas marcadas pelo amor e pelo sexo, sendo que suas trajetórias são afetadas pela centralidade destes temas em suas vidas. Tieta, de apetite sexual irrefreável, envergonha sua família e é expulsa de casa quando sua vida sexual prematura para os moldes da época é descoberta. Torna-se, então, prostituta de renome

em São Paulo, dona de um bordel de ares franceses. Gabriela também tem sua vida sexual marcada pela autonomia e, não satisfeita em seduzir seu patrão, dorme com os homens que lhe apeteçam. Casando-se com Nacib, mesmo apaixonada, não abandona sua liberdade sexual, o que lhe custa o casamento – mas, ao fim, o patrão reconhece o desejo e a paixão inabaláveis que nutre pela empregada e a aceita de volta. Dona Flor, a mais pudica de todas, quando estimulada por Vadinho, “ia perdendo a timidez, entregando-se aquela festa lasciva, crescendo em violência, tornando-se amante animosa e audaz” (Amado, 1983, p.8). Estando viúva, também reconhece o calor que mora dentro de si e, apesar de querer manter-se fiel ao marido após sua morte, reconhece que é fisicamente incapaz e casa-se com o metódico boticário. Mais tarde, insatisfeita com sua situação estável, acaba por ter a companhia do espírito de Vadinho e do novo marido.

Mas, além de amantes capazes, essas mulheres se afirmam também a partir de outras habilidades. A descrição detida sobre a comida feita e consumida por seus personagens também é característica dos livros de Jorge Amado. E, ainda que não tão presente em *Tieta*, apesar de demonstrar eventual conhecimento sobre a feitura de moquecas, Gabriela e Dona Flor são exímias cozinheiras. Esta característica em Gabriela é tão destacada, que sua descrição a torna uma combinação entre dois temperos: mulher de tom de canela e cheiro de cravo, especialmente perceptível durante as relações sexuais. Dona Flor, de modo semelhante, também é descrita em metáforas alimentares, sendo equiparada aos pratos que prepara:

Quem sabe, devido às atividades culinárias da esposa, nesses idílios Vadinho dizia-lhe "meu manuê de milho verde, meu acarajé cheiroso, minha franguinha gorda", e tais comparações gastronômicas davam justa ideia de certo encanto sensual e caseiro de Dona Flor a esconder-se sob uma natureza tranquila e dócil (op.cit., p.7).

Gabriela, ciente do poder que tinha sobre os homens em virtude de suas habilidades culinárias e seu corpo, seduz aqueles que comem de sua comida, mas que também passam a desejar-la.

Outros também, fregueses anteriormente acidentais, haviam-se tornado quotidianos, o Vesúvio conhecia uma singular prosperidade. A fama dos salgados e doces de Gabriela circulara, desde os primeiros dias, entre os viciados do aperitivo, trazendo gente dos bares do porto [...] Seus acarajés, as fritadas envoltas em folhas de bananeira, os bolinhos de carne, picantes, eram cantados em prosa e verso [...] Mas muitos deles demoravam-se agora um pouco mais além da hora habitual, atrasando o almoço. Desde que Gabriela passara a vir ao bar com a marmita de Nacib. Exclamações ressoavam à sua entrada: aquele passo de dança, os olhos baixos, o sorriso espalhando-se dos

seus lábios para todas as bocas [...] Ela sorria para uns e outros, pareceria uma criança não fossem as ancas soltas. Uma súbita animação percorria o bar, como se a presença de Gabriela o tornasse mais acolhedor e íntimo [...] (Amado, 1976, p.155).

Para pensar sobre a relação entre comida e sexo visivelmente destacada nestes trechos da obra de Jorge Amado, como importantes no perfil da mulher baiana, recorro à obra de Roberto da Matta. Em “*O que faz o Brasil, Brasil?*”, o autor analisa a associação que pode ser estabelecida, no contexto brasileiro, entre mulheres e comida. Um de seus pontos de análise é exatamente a associação que existe entre o ato sexual e o ato de ingerir alimentos, que intriga os estrangeiros. Assim, “O fato é que as comidas se associam à sexualidade, de tal modo que o ato sexual pode ser traduzido como um ato de ‘comer’, abarcar, englobar, ingerir ou circunscrever totalmente aquilo que é (ou foi) comida” (Da Matta, 2001, p.60). Nos dois casos, trata-se de comer algo e de comer alguém, especialmente em uma relação heterossexual pensada em moldes tradicionais. É seguindo esta linha de argumentação que a mulher pode ser pensada como “comida”, transmutando-se por completo e transitando entre as duas categorias, como Gabriela e Dona Flor nos dois exemplos mostrados acima. Faço esta pequena incursão apenas para observar que sexo e comida não se definem como categorias estanques, e de que modo a mulher pode ser pensada também como comida, como a mulher baiana construída nestes moldes de Jorge Amado.

Entretanto, para analisar mais a fundo a formação da cozinheira baiana, julgo ser necessário analisar referências mais antigas que as de Jorge Amado. As mestiças descritas por ele são, em meu julgamento, identificadas como portadoras de um conhecimento culinário que advém de outra etnia, em um momento anterior. É neste sentido que Gilberto Freyre irá destacar o protagonismo das mãos africanas na cozinha de épocas coloniais, que será definido como característica essencial para a cozinha brasileira:

Dentro da extrema especialização de escravos no serviço doméstico das casas-grandes, reservaram-se sempre dois, às vezes três indivíduos, aos trabalhos de cozinha. De ordinário, grandes pretalhonas; às vezes negros incapazes de serviço bruto, mas sem rival no preparo de quitutes e doces. [...] Foram estes, os grandes mestres da cozinha colonial; continuaram a ser os da moderna cozinha brasileira (Freyre, 2003, p.542).

Entretanto, a obra de Freyre é importante porque defende que não se trata apenas de sua presença na cozinha. A importância da negra em épocas coloniais se inscreve em atividades mais genéricas envolvendo o cuidado da casa e da família.

[...]trazemos quase todos a marca da influência negra. Da escrava ou sinhana que nos embalou. Que nos deu de mamar. Que nos deu de comer, ela própria amolengando na mão o bolão de comida. Da negra velha que nos contou as primeiras histórias de bicho e de mal assombrado. Da mulata que nos tirou o primeiro bicho de pé de uma coceira tão boa. Da que nos iniciou no amor físico e nos transmitiu, ao ranger da cama de vento, a primeira sensação completa de homem (Freyre, 2000, p.343).

Vale destacar a naturalidade com que o descreve a imagem da negra em diferentes contextos. Seja na nutrição infantil, a partir de recursos de seu próprio corpo ou na preparação da comida para um comensal ainda incapaz de se alimentar sozinho, é a negra que também está presente na iniciação sexual do jovem, que é responsável pelo ritual de torna-lo homem. De mãe preta a amante, a relação interétnica permanece em todos os estágios da vida do homem branco. O argumento do autor é fundante da centralidade da imagem da negra na formação brasileira e baiana.

Sobre seu papel na cozinha e na composição da cozinha baiana, o trabalho de Gerlaine Martini sobre as baianas do acarajé é bastante elucidativo da antiguidade da presença destas mulheres negras e ambulantes em Salvador. “No século XVII, em 1631, como indica documentos das posturas do Arquivo Municipal de Salvador, as ‘pretas’ já eram obrigadas a ter licença para poder vender na rua, em pouco tempo após a fundação da cidade” (Martini, 2007, p.13). Cascudo afirma que já havia escravas jovens vendendo “peixes à noite, já em 1584, certamente fritos e polvilhados de farinha” (Cascudo, 2004, p.599). É possível que a venda, em tempos tão antigos, tenha advindo de hábitos africanos tradicionais que atribuíam às mulheres a função de mercar, mas, como não é possível definir com precisão a origem das mulheres negras que chegavam ao Brasil no século XVII, trata-se de uma hipótese.

Entretanto, é possível definir com clareza que, no século XIX, a cidade de Salvador era marcada – inclusive em uma divisão geográfica, entre Cidade Alta e Cidade Baixa – pela atividade comercial. Vender era a principal função exercida por soteropolitanos e estrangeiros. Independente do momento econômico que vivia, se próspero ou decadente, é fato que a cidade nunca chegou a produzir nenhum artigo. A despeito de algumas poucas tentativas frustradas de implementação de pequenas indústrias de beneficiamento local, eram as trocas internacionais que movimentavam a economia. A dinâmica se dava com o intercâmbio entre açúcar e fumo, por exemplo, por objetos manufaturados, como aqueles da indústria têxtil inglesa, e até mesmo produtos alimentares – é preciso lembrar que o consumo era influenciado pela presença

de muitos estrangeiros, e por seus descendentes. O problema é que este “[...] era um mercado que oscilava segundo os do exterior e segundo a produção interna, sujeita a crises, fossem elas climáticas, políticas, decorrentes da desorganização do crédito ou do processo inflacionário da deterioração da moeda nacional” (Risério, 2004, p.487). Esta condição justifica os altos e baixos enfrentados pela economia baiana neste século.

A descrição do viajante Tollenare, em depoimento contido no livro de Mattoso, sobre a Cidade Baixa, em que havia a concentração das atividades comerciais atesta o intenso movimento no local em 1817, com a pontuação sobre a presença dos negros: “Esta Cidade Baixa é o centro dos negócios: observa-se ali uma grande atividade: transporte contínuo de mercadorias, lojas muito frequentadas, gritos de negros que vão e vem nesse espaço tão estreito, que ainda mais aumenta o tumulto. Se é acotovelado, fica-se atordoado” (op.cit., pag. 435). Na região, estavam os armazéns que guardavam os produtos para exportação e os importados, uma diversidade de lojas que vendiam todo tipo de artigo, como a produção da agricultura local ou mesmo a mão de obra escrava (Mattoso, 1992). Também eram oferecidos todos os tipos de serviços que pudessem ser necessários, como os de barbeiros, sapateiros, alfaiates e serralheiros, e sua distribuição dava nome às ruas da Cidade Baixa.

Os escravos de ganho também ofereciam seus préstimos e produtos, como as negras que vendiam seus quitutes:

A rua era também lugar de comer e beber. Desde as primeiras horas da manhã, negras “ganhadeiras” começavam a preparar canjica, mingau de tapioca, açaás bem quentes de farinha de arroz e de milho, arroz com carne-seca, inhame cozido, etc. Ambulantes, por sua vez, ocupavam todo e qualquer espaço livre para oferecer frutas, peixes fritos e guloseimas (op.cit., p.437).

Assim, não se tratava apenas de vender os alimentos produzidos pela agricultura, mas também comida – o alimento manipulado. A figura da negra se destaca na venda da comida de rua, e os pratos, que mais tarde serão descritos como afro-brasileiros, já constam nos relatos. A presença era tal que incomodava os visitantes, como o cônsul inglês Wetherell:

De manhã, ao se passar pelas ruas da Cidade Baixa o nariz do transeunte é assaltado por uma profusão de cheiros, que positivamente nada têm a ver com os da 'Arábia bem aventurada'! De todo lado as atividades culinárias dos pretos estão em andamento [...] formam mais um prato que 'exala o mesmo cheiro execrável (op.cit., p.437).

O século XX será marcado pelo processo de afirmação da importância da figura da negra na composição da cultura brasileira, como já vimos no trabalho de Freyre. Em outro trabalho, o autor menciona que o grupo de quituteiras negras constitui propriamente uma maçonaria, que mantém em sigilo as melhores receitas dos quitutes verdadeiramente brasileiros, decorrendo daí que é preciso sensibilizá-las para a popularização do saber, para que este não se perca – é um conhecimento de patrimônio do Brasil (Freyre, 1967). Mas também de sua importância no contexto baiano. Sobre a Bahia, Freyre irá comentar no prefácio de “Casa Grande & Senzala” sobre a primeira visita longa que fez a Salvador:

Demorando-me em Salvador pude conhecer com todo o vagar [...] a arte do traje das negras quituteiras e a decoração dos seus bolos e tabuleiros como certos encantos mais íntimos da cozinha e da doçaria baiana que escapam aos simples turistas. Certos gostos mais finos da velha cozinha das casas-grandes que fez dos fornos, dos fogões e dos tabuleiros de bolo da Bahia seu último e Deus queira que invencível reduto [...] “*Une cuisine et une politesse! Oui, les deux signes de vieille civilisation...*”, lembro-me de ter aprendido em um livro francês. É justamente a melhor lembrança que conservo da Bahia: a da sua polidez e a da sua cozinha. Duas expressões de civilização patriarcal que lá se sentem hoje como em nenhuma outra parte do Brasil [...] Os pratos mais saborosos da cozinha brasileira em lugar nenhum se preparam tão bem com nas velhas casas de Salvador e do Recôncavo (op.cit., p.43).

O autor reverencia a terra que reconhece como última detentora do saber culinário autenticamente brasileiro, vindo de épocas coloniais, originalidade esta que se deve a sua antiga tradição. Freyre clama a Deus para que essa sabedoria não se perca. E as quituteiras negras são parte essencial do patrimônio cultural brasileiro a ser preservado, além do conhecimento mantido nas casas de antigas famílias de Salvador.

Uma análise dos registros musicais também permite antever esta centralidade. As músicas ilustram o diálogo entre o homem, comensal e a mulata cozinheira, capacitada para fazer os pratos. Em uma interlocução marcada pela reverência ao conhecimento e, ao mesmo tempo, o flerte, em *O vatapá*, de 1907:

- *O vatapá, comida rara / É assim ioiô que se prepara: você limpa a panela bem limpa, quando o peixe lá dentro já está, bota o leite de coco e gengibre, a pimenta da costa, o fubá, camarão com rabinho se junta, ao depois da cabeça tirar!*

- *Mas então a cabeça não entra, minha filha?*

- *Ah! Que cabeça, seu moço, que nada! [...]*

- *Mexe com jeito o vatapá. Quebra! Ai, mulata velha, sacode!*

- *Então comeu?*

- *Ah, baiana velha, já sei eu sou mestrão! Tenho comido o mais variado.*

- *O mais variado, ioiô?*

- *Ah, digo, quitutes* (Lisboa Júnior, 1990, p.29).

Neste caso, não se trata de um simples flerte, a música se utiliza da relação dúbia entre os sentidos do preparar e do comer e a sexualidade, em uma amostra da atração do homem em relação à “mulata velha” que cozinha.

As músicas da época retratam o anseio de ir à Bahia, enaltecendo sua culinária e a mulher que é responsável pela feitura. De 1927, *O coco de Iaiá* é de autoria de Canhoto:

*Quero provar minha iaiá / Doce de coco açucarado / Eu já comi o mugunzá apimentado / Ah! Eu quero ir lá pra Bahia comer cuscuz / Vamos fugir em qualquer dia / Ô baianinha você seduz / É bom que dói minha iaiá / Todo quitute que você faz, / É bom que dói de quem provar / E pede mais* (op.cit., p.42).

A qualidade da comida (e o uso da metáfora de “chegar a doer”) se alia a sedução que o cantor identifica na postura da baiana que o vende, querendo continuar a provar dos pratos que ela faz.

No plano nacional, ocorria o I Congresso Afro Brasileiro, em Recife, Pernambuco, no ano de 1934:

que teria como diferencial, [...] juntar em volta da velha mesa do teatro Santa Izabel, não só doutores com grande erudição de gabinete e de laboratório, mas também yalorixás, cozinheiras velhas, pretos de fogareiro, negros de engenho, rainhas de maracatus, outros analfabetos e semianalfabetos inteligentes, com conhecimento direto de assuntos afro-brasileiros [...] (Siqueira, 2005, p.41).

Organizado por Gilberto Freyre, buscava expandir a discussão sobre o elemento africano na cultura brasileira para setores fora da academia, que naquele momento discutia questões raciais a partir de investigações científicas, que versavam sobre a inferioridade do negro. A proposta era dar voz aos supostos “objetos” da análise, a inseri-los no diálogo. O II Congresso Afro Brasileiro ocorre em 1937, desta vez em Salvador. A segunda edição refletia a centralidade do tema naquele momento, no debate entre o meio acadêmico e importantes figuras do movimento negro, que buscavam denunciar a situação de miséria que viviam os negros após a abolição. Com a participação importante de Mãe Menininha, do Terreiro do Gantois, e Mãe Aninha, do terreiro Axé Opô Afonjá, o congresso estimulou a fundação dos movimentos sociais que lutariam pela preservação dos valores espirituais do candomblé, entre outros, em um contexto de perseguição policial que sofriam os terreiros. Além do mais, sua

repercussão estimularia novos estudos acadêmicos, como aqueles voltados à religiosidade negra e outros aspectos negligenciados da história de uma raça.

Em 1939, foi publicado o “Caderno de Xangô”, de Jerônimo Sodré Vianna, com a justificativa de divulgar as receitas autênticas da culinária baiana que estavam sendo desvirtuadas em restaurantes no Rio de Janeiro e São Paulo. O autor se recolheu em um terreiro de candomblé para registrar o modo de fazer das comidas de santo – sua definição de comida baiana autêntica (1939). Vianna chama a atenção para a centralidade do saber fazer das negras na garantia da autenticidade da comida baiano, afirmando que pra fazer a comida é preciso “ter dedo”. Dada a ausência de receitas com quantidades determinadas, atribui-se o gosto muito apreciado da comida ao talento incorporado pelas senhoras negras e sua capacidade de acertar o tempero, as quantidades dos ingredientes, a temperatura do fogo e o tempo para feitura.

Voltando ao plano da música, é nesta década que Ary Barroso compõe “No tabuleiro da Baiana”, de 1936, que descreve os pratos vendidos pelas negras nas ruas de Salvador. A música seria interpretada pela portuguesa Carmen Miranda, estabelecendo alguns signos da comida com a denominação de alguns pratos, e o poder de venda e atração que possui a baiana:

*No tabuleiro da baiana, tem / Vatapá, oi / Carurú / Mungunzá, oi / Tem umbu / Prá Ioiô / Se eu pedir você me dá? / O seu coração/ Seu amor de Iaiá? / No coração da baiana tem / Sedução, oi / Canjerê, oi / Ilusão, oi / Candomblé / Prá você / Juro por Deus / Pelo Senhor do Bonfim / Quero você / Baianinha inteirinha pra mim / E depois / Que será de nós dois? / Seu amor é tão fugaz, enganador [...] (“No tabuleiro da baiana”, 1936).*

Mas foi a gravação da canção de Dorival Caymmi, em 1939, “O que é que a baiana tem?”, interpretada também por Carmen, que trouxe a repercussão máxima, nacional e internacionalmente, à figura da baiana. Utilizada em um filme internacional, a música criou a imagem de Carmen Miranda em trajes de uma baiana que se imaginava típica, ao som de uma composição do baiano Caymmi. Seria a consolidação da relação do signo da baiana e da Bahia. “*O que é que a baiana tem? / Tem torço de seda tem / Tem brinco de ouro tem / Corrente de ouro tem / Tem pano costa tem [...] E tem graça como ninguém [...]*” (LISBOA JÚNIOR, 1990, p.86).

Na gravação de um disco, posteriormente, Caymmi incluiria “A preta do Acarajé”, baseada em um pregão utilizado pelas vendedoras de acarajé nas noites de Salvador no início do século. O sucesso da música garantiu um lugar especial para a

iguaria e a ratificação da imagem da negra e sua relação com o saber fazer comida baiana, que é “trabalhosa”.

*Dez horas da noite, na rua deserta / A preta mercado parece um lamento: / Iê abará / Na sua gamela tem molho cheiroso / Pimenta da Costa, tem acarajé / [...] Todo mundo gosta de acarajé / Mas o trabalho que dá pra fazer é que é / Todo mundo gosta de abará / Mas ninguém quer saber o trabalho que dá (Lisboa Júnior, 1990, p.9).*

Mais tarde, assume um caráter ainda mais romântico no primeiro guia turístico da cidade:

Uma bahiana [sic] é uma fada, cujo dom consiste em fazer quitutes de sabor inolvidável. Elas enchem de bizarrice as seculares ruas do Salvador, com seus taboleiros [sic], pesados de acaragé [sic], abará, efó, muqueca de peixe, feijão de leite, tudo muito bem temperado com azeite de dendê, coco, pimenta e mil e um condimentos, cuja dosagem reclama engenho e arte (Salvador/Prefeitura, 1952, p.129).

Nesta descrição, a negra é elevada a uma figura verdadeiramente mística, que nasceu com o dom de saber dosar perfeitamente a comida temperada que é típica da Bahia. Os adjetivos remetem à mágica, sendo a comida obra de uma fada e mesmo um milagre. Ao mesmo tempo, a afirmação de seu caráter exótico, explícito no uso do termo “bizarrice”.

Vale pensar de modo mais detido na figura que se afirma como uma das negras destacadas no preparo da comida baiana, Dadá. Já mencionada na primeira seção, retomamos a figura porque a cozinheira parece personificar os caracteres baianos e da imagem da negra baiana. Aldaci dos Santos nasceu na Bahia e sua vida foi retratada largamente pela mídia. No livro organizado por Paloma Amado, sua história é contada, atestando a improbabilidade de sua trajetória. De infância pobre, Dadá trabalhou em diversas casas de família, acumulando o saber fazer da culinária autêntica, que foi aprimorado com o dom natural que possuía. Sua vida é narrada a partir das tragédias pessoais e das batalhas vencidas, mostrando que “a adversidade tentou abater seu ânimo, mas uma filha de Oxum não foge à luta, com seu denço, sua determinação e sua força, lá se foi Dadá” (SANTOS, 1998, p.16). Dadá é descrita em seu sorriso largo e afável, “como as portas da sua casa; desde o jeito manso e dengoso às cores e sabores intensos de suas moquecas, feitas com o carinho típico da gente baiana” (op.cit., p.5). Chamando a si mesma de “negona”, “negão” também é o vocativo para os clientes e amigos, em um tom marcado pela intimidade. As brincadeiras de sentido dúbio com os clientes, quando lhes oferece o petisco “Punhetinha” ou o drinque “Sacanagem da Dadá”, por exemplo, em uma malícia que também marca sua expressão. É possível

observar a composição da figura da negra batalhadora que apesar de ter vivido em situação de miséria, não perde a alegria de viver.

Em vestes coloridas, cabelo naturalmente afro, colares em volta do pescoço e lenço na cabeça, Dadá é um emblema da negra baiana exótica e quituteira, “é a cara da Bahia” (op.cit., p.5).

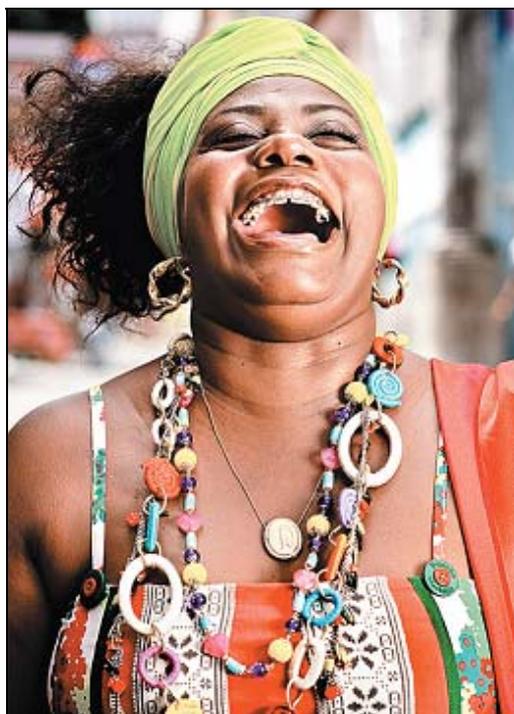


Figura 1 – Dadá. Fonte: <http://glo.bo/RzisMK>.

Na época em que se tornou dona de um restaurante em um bairro pobre de Salvador, foi descoberta por funcionários de uma rede de televisão importante, que trataram de divulgar o restaurante através do boca-a-boca. A descrição demonstra que se tratava de estabelecimento simples, que servia para propósitos comerciais e residenciais, atestado pelo varal de roupas que cruzava o espaço destinado aos clientes. Com a primeira matéria no jornal, os famosos começaram a chegar, atestando o valor do restaurante mesmo que em bairro pobre.

E Lícia levou mais Marília Gabriela, Nizan Guanaes, Luiza Olivetto, Caetano, que voltou levando Gil, Flora e Regina Case. A família Veloso levou Maria Sampaio, que levou Paloma, que levou Zélia e Jorge. Carybé foi sem ninguém levar, que ele era danado de sabido [...] Com tanto artista, aí começou o oba-oba (op.cit., p.22).

A narrativa de um restaurante que superou barreiras, de ambiente simples, mas que fornecia uma comida de qualidade, que foi reconhecida pelas mais importantes personalidades baianas de todas as áreas de atuação. Chegaria a arriscar afirmar que é

sua trajetória de mulher pobre que lhe dá o *status* de cozinheira autêntica, inclusive, que manteve o riso e a brincadeira, vendendo uma comida caseira e marcada por um saber africano ancestral, destacado também em sua vinculação religiosa ao Candomblé, sendo de Oxum, a deusa da beleza e da sensualidade. Dadá vem do povo – é representante verdadeira da cultura popular, afinal, um valor para a cultura baiana. E, ao mesmo tempo, caiu nas graças de grandes personalidades baianas ligadas aos meios de difusão de informação.

A partir do delineamento deste perfil da mulher negra, cozinheira e amante, que se torna um dos signos do estado, é possível perceber que ele se aplica também a uma imagem ampliada de Bahia. E, mais uma vez, Jorge Amado dá conta de sintetizar esta ideia, ao tratar do sentimento dos nativos por sua terra: “Os baianos a amam como mãe e amante, numa ternura filial e sensual” (Amado, 1945, p.33). Em relação à comida, a utilização de termos que transitam entre a nutrição biológica e a satisfação sexual mostram como estas distinções são ainda mais flexíveis – distantes de serem meras categorias estanques.

Ao fim desta seção, não foi possível evitar a lembrança de uma cantada comumente proferida em Salvador, diante de uma bela mulher: “Delícia, mamãe!”.

#### **1 – 4 A proposição identitária como mercadoria: turismo e ação governamental**

A quarta seção, por fim, se dedica a expor o processo de formação da atividade turística na Bahia, sua relação progressiva com a gestão cultural do estado e a proposição identitária que está contida em seu material, para dar conta do conteúdo de uma “específica conformação simbólica e material, que define quadros mentais e práticas e é aqui discursivamente elaborada” (Farias, 2011, p.107). A opção por incluir essa seção se ampara especialmente na necessidade de observar de que modo a prática turística atua na seleção e divulgação de determinados emblemas da baianidade, na composição de um conteúdo que está amplamente amparado no conteúdo das mídias artísticas já citadas. E é importante examiná-lo na medida em que representa uma das mais importantes atividades econômicas de Salvador, tendo impacto sobre o imaginário dos moradores, e também porque este ideário é dotado de amplo poder de disseminação, divulgado pela mídia televisiva, pela *Internet* e por materiais impressos produzidos para turistas, por exemplo. Assim, cabe tratar deste repositório, que consiste em uma moldagem de elementos definidos como populares para tornar a cidade e seu povo

atraentes (e, neste caso, também inclui uma conotação sexual) aos olhos dos visitantes, na constituição mesma de um destino autêntico e exótico.

Como já mencionado nos tópicos anteriores, o século XX será marcado pelo clima de crise e estagnação econômica e, simultaneamente, de intensa produção cultural sobre o estado, o que resultará em uma crescente importância da economia de serviços (já bastante relevante) para a Bahia. É assim que, a partir da década de 30, tem início o desenvolvimento de uma atividade que irá assumir uma parcela importante da dinâmica da economia baiana no final do século: o turismo. Interessa-nos o trabalho empreendido pelo turismo porque este setor será responsável por definir elementos de uma baianidade passíveis de serem vendidos e consumidos. Isto porque, como observado por John Urry, a tarefa do ramo

envolve processos complexos de produção, de tal modo que olhares do turista, regulares, significativos e proveitosos, possam ser gerados e mantidos. Tais olhares não podem ser deixados ao acaso. As pessoas têm de aprender quando, como e pra onde olhar (Urry, 1996, p. 7).

Analisando a prática do turismo de massa, surgido no século XIX na Europa, o autor aponta para seu caráter moderno, enquanto hábito generalizado, como uma atividade que confere status e que é considerada até mesmo desejável para garantir boa saúde ao indivíduo. Em verdade, é uma prática que está atrelada a mudança da jornada de trabalho e a instituição das “férias” como uma pausa necessária. A construção de um olhar do turista, que muda de acordo com seu momento histórico, a classe social a que se destina, o contexto que pretende enquadrar, é capaz de influenciar o consumo de bens e serviços que “geram supostamente experiências prazerosas, diferentes daquelas com que nos deparamos na vida cotidiana” (op.cit., p.15), para que o indivíduo se disponha a perceber estímulos que contrastam com sua experiência mundana. Ademais, o turismo é parte da formação de uma economia de entretenimento, no momento do pós-Segunda Guerra, em que o lazer assume um papel central entre os anseios da sociedade urbana (Farias, 2011).

A nível nacional, no início do século XX, a prática turística é resultado da convergência de uma diversidade de processos, como a consolidação de um ideário de uma civilização moderna transnacional, que tinha “viajar” como um dos hábitos a serem seguidos, e da formação de uma sociedade de consumidores:

No Brasil, então, a combinação sociológica entre os emergentes endinheirados com o café, grupos intelectuais e elites políticas impregnadas

pelo gosto de “civilização” [...] é justamente este o momento em que os apelos em torno das práticas turísticas ganham fôlego [...] a atmosfera da modernidade vai se posicionando tanto como um universo simbólico quanto um aporte ideológico [...] (op.cit., p.148).

E esta ideologia encontra espaço entre os meios de comunicação, como as revistas, que recomendam a prática do turismo como uma das formas de entretenimento saudável para os estratos ricos da sociedade brasileira. “[...] jornais e revistas exibem reportagens com franco propósito pedagógico, de acordo com uma espécie de missão civilizatória, apresentando a atividade turística como saudável hábito moderno” (op.cit., p.149).

Na Bahia, propriamente, a movimentação tem início na década de 30, em esforços governamentais esparsos e uma estrutura privada de serviços bastante deficiente, seria apenas na década de 50 que a gestão municipal do turismo passa a ser mais organizada, com a instituição de tributos para contribuir com a atividade e a produção sistemática de material de propaganda – com a menção a preta do acarajé, as festas da cidade e o chamado folclore da região. Como observado por Farias, o material produzido pela prática turística é sociologicamente significativo porque representa uma importante instância de combinação entre ideais modernos, refletidos na própria prática, e a mobilização de emblemas da cultura popular,

em que os símbolos e práticas de grupos estigmatizados étnico-racialmente e de classes subalternas, quando folclorizadas, estão encadeados na extensão do comércio de diversão, mas igualmente nas estratégias de divulgação de localidades e, ainda, aos projetos de afirmação de identidades [...] (op.cit., p.160).

Estas considerações complementam a discussão, no tópico anterior, sobre a inserção da imagem da “negra baiana” como ícone da baianidade, e aqui se desvela mais um dos atores que atuam neste sentido. Trata-se de uma conjunção de fatores, em verdade. É deste modo que as baianas, antes estigmatizadas e pertencentes ao povo, e o carnaval, festa de rua popular, vão sendo incorporados à narrativa do turismo. O argumento é o de que a folclorização da cultura popular e o ideário de nacionalização, tendo como um dos expoentes o movimento intelectual do modernismo brasileiro, tem como um dos meios de efetivação a própria indústria de entretenimento que se forma no Brasil, que tem no turismo um de seus expoentes mais importantes. Por isso, o material turístico também é um dos veículos de afirmação de uma cultura popular brasileira. “Moderno e tradicional, folclórico, popular e mercantil-massivo resolvem-se, assim, numa complementaridade curiosa que parece fazer contracenar elementos heterogêneos,

mesmo conflitantes" (op.cit., p.119). E é por isso que vale afirmar, mais uma vez: não se trata de atestar supostas autenticidades em relação ao conteúdo, porque o popular enquanto construto verdadeiro é uma utopia. A categoria só existe nessa mediação.

Voltando ao contexto baiano, a atividade turística permanecia restrita em virtude das dificuldades de acesso, uma vez que o sistema rodoviário apenas mantinha conexões com cidades próximas e o acesso aéreo tinha preços proibitivos. É desta época o primeiro guia institucional da cidade, o "Roteiro Turístico da Cidade do Salvador". Em seu conteúdo, destaca-se a necessidade de afirmação do caráter promissor de destino turístico de Salvador e de que a cidade continuava viva, a despeito das dificuldades econômicas que enfrentava.

Assim ocupa posição singular dentre as cidades brasileiras, uma vez que o presente vive, perfeitamente, identificado com o passado, um como que completando o outro numa pujante demonstração de vitalidade (Salvador/Prefeitura, 1952, p.5).

E assina o prefeito, desejando que Salvador torne-se um dos destinos brasileiros mais procurados pela prática do turismo, uma vez que, na antiga cidade, "são todos recebidos de braços abertos" (op.cit., p.5). Em um momento de morçação econômico, do sentimento de uma terra deixada para trás, é importante afirmar que o moderno e o arcaico coexistem em harmonia, a despeito dos acontecimentos anteriores. "Bahia, terra única. Dentro da grandeza do presente, com seus arranha-céus, seus jardins, o passado está bem vivo, nas coisas que ainda restam: solares, igrejas, fortes, 'bahianas' [sic], efós, acarajés e tantas outras tradições" (op.cit., p.11). Vê-se como os signos ligados a modernidade e aqueles ligados a cultura popular são apresentados de maneira imbricada, como sinal de um produto que é completo. O livro estabelece ainda alguns circuitos turísticos, propriamente ditos, com atrações consideradas essenciais para vivenciar o cotidiano da cidade, mas ordenadas de modo a atender as necessidades de cada viajante. O ponto de partida é a Praça Municipal, em frente ao Elevador Lacerda, e daí o viajante seguiria viagem pelos bairros antigos e na zona da Cidade Baixa, a título de ilustração.

Vale registrar também os primeiros comentários nomeadamente turísticos sobre a comida baiana, tornando a alimentação um espaço distintivo. A seção foi denominada como "Culinária afro-brasileira".

[...] A cosinha [sic] baiana é um desses milagres criados na civilização africano-portuguesa, na velha cidade do Salvador. Um vatapá, saído das

mãos da velha preta "bahiana", é prato de deliciar aos mais exigentes gostos. E logo atrás vem o efó, o carurú, o chim-chim [sic] de galinha... Ó, são tantas as iguarias e tão deliciosas, que se tem gana de todas provar (op.cit., p.128).

E a definição de uma lista extensa de pratos, somando mais de quarenta iguarias. O guia define o que seria distintivo na comida baiana: o uso da pimenta e do azeite de dendê, presente em quase todos os pratos. Sendo o primeiro passo em direção a institucionalização, é importante reter esta informação. Por fim, na seção de "Informações úteis", fornece uma lista de restaurantes que merecem a visita do turista, com 15 estabelecimentos, mas apenas um enquadrado na especialidade em comidas afro-baianas, o Restaurante Maria de São Pedro, um dos estabelecimentos pesquisados. A menção revela a antiguidade da identificação do restaurante, e a singularidade de ser o único da especialidade mencionado. Interessa-nos particularmente pensar como o hotel, emblema da atividade turística, se estabelece como instituição, engendrando atividades econômicas em setores que o apoiam, como o serviço de bebida e alimentação pronta, que nos interessa. Das antigas casas de pasto, os hotéis tornam-se edificações refinadas, tendo como suporte um restaurante no próprio prédio, muitas vezes – que pode assumir o caráter de um ponto de sociabilidade da sociedade local, inclusive. A consolidação destes espaços reflete também o processo de modernização das cidades, seguindo os parâmetros ideológicos especialmente estabelecidos na capital brasileira.

Neste ínterim, diversas reportagens eram publicadas em revistas nacionais, como em *O cruzeiro*, como aquelas produzidas por Odorico Tavares e com fotografias de Pierre Verger, a partir do final da década de 40 (Barbosa, 2007). Os repórteres retratavam os aspectos da vida na capital baiana, como as feiras, as comemorações, a música, as celebridades e, claro, a comida. Em meio ao processo de formação do turismo da Bahia, o amparo nos meios de divulgação de informações, como as revistas nacionais, é essencial para a criação de uma imagem da cultura popular da Bahia e da comida baiana, como parte deste repertório, como já tratamos em parágrafos anteriores.

A partir de 1959, a pasta é atribuída a um departamento atrelado à Secretaria de Educação e Cultura. A partir desse ponto, turismo e cultura estabelecem uma relação declarada de profunda intimidade, o que transformará a gestão das duas pastas no estado. Como visto por Farias,

a aproximação entre a implantação de um sistema de órgãos culturais e a otimização da vocação turística da capital deixa entrever a aliança que, aos

poucos, será estabelecida entre ambos, como que definindo um eixo sobre o qual a execução de projetos no setor cultural teria por contrapartida indireta o incremento nas atividades turísticas (Farias, 2008, p.579).

O novo departamento tem à frente um jornalista, que assume como tarefa tornar Salvador a Meca do turismo sul-americano. Em sua gestão, são realizadas duas edições do “Curso de Tradição e História da Bahia”, direcionado às senhoras de famílias baianas tradicionais, para criar "uma vanguarda consciente dos valores autênticos da terra" (QUEIROZ, 2002, p.59). Vale destacar o papel das mulheres da alta sociedade como anfitriãs profissionalizadas.

A década de 60 é marcada por uma intensificação, de maneira geral, das atividades turísticas:

[...] que ocorrem no bojo do que alguns autores chamaram de desenvolvimento de um "capitalismo tardio" dependente. [...] ocorre o crescimento sem precedentes históricos da produção e consumo de materiais intangíveis, compartilhando a ampliação da população assalariada [...] num instante em que a cultura passa a ser encarada como alvo de investimento econômico (Farias, 2011, p.125).

Somado a este panorama nacional, a década marca a continuação dos investimentos públicos, com impacto positivo no desenvolvimento do turismo em Salvador. A melhoria da estrutura viária, com a construção de rodovias que ligavam Salvador a cidades mais movimentadas, como o Rio de Janeiro, resulta em novas alternativas de deslocamento para os turistas, tornando o transporte terrestre a via de acesso mais importante. A criação de agências regionais de fomento ao desenvolvimento econômico, como a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e o Banco do Nordeste, estimula um gerenciamento contínuo da atividade. O incentivo também se destina aos empreendimentos hoteleiros e a abertura de restaurantes. Entretanto, os poucos dados disponíveis sobre o serviço formal da época, apontam que a oferta de comida pronta para os visitantes e moradores se concentrava naquela reconhecida como estrangeira, em uma reverberação da valorização de uma civilização urbana, moderna e transnacional. No caso, notadamente a comida francesa e italiana, como o *Chez Bernard* ou o *Bella Napoli*. "A oferta de restaurantes exclusivamente de comida baiana estava restrita ao restaurante ‘Maria de São Pedro’ (localizado no Mercado Modelo), cujas instalações, sobretudo sanitárias, eram entretanto bem precárias" (QUEIROZ, 2002, p.75), demonstrando como a dita comida baiana permanecia restrita ao âmbito doméstico até esta década, exceto pela venda “informal”, nos tabuleiros e nas feiras.

O Departamento se empenhou em publicizar o destino turístico em exposições nacionais e internacionais, com o auxílio de publicações da folclorista Hildegardes Vianna e do pintor Carybé, além da já costumeira organização de festas ditas populares. O cadastramento das baianas de acarajé e a determinação de pontos em que estas podiam montar seus tabuleiros são medidas de 1963. Os esforços surtiram o efeito esperado: a cidade recebeu tantos visitantes que não havia lugar suficiente para hospedá-los. No ano seguinte, com o golpe militar, seria criada uma nova estrutura, mais engessada. Mas, o que se configura como importante e novo, é o fato de que a cidade torna o turismo parte importante de sua agenda, e atribui ao Estado a tarefa de atuação na área, situação refletida na pressão social frente ao descaso do governo (Farias, 2008). Como no trecho da reportagem do jornal *A tarde*, de 1965:

Mas como pensam em receber visitantes dessa maneira?! Turismo exige cidade bem tratada, com serviços públicos organizados e, senão todo o povo, ao menos determinadas classes para ele preparadas. Aqui é o que há. Temos o que mostrar. Mas tudo tão abandonado que faz pena de ver [...] (QUEIROZ, 2002, p.84).

A cidade precisa ser digna de atrair o olhar do turista, ao preparar uma estrutura de serviços e seus habitantes para receber os visitantes – a ideia do jornal é que a condição ideal é a preparação de todos os moradores para a atividade turística. Ainda que as críticas recaíssem sobre uma gestão que se mostrava menos vigorosa que a anterior, vale destacar algumas ações. Depois do cadastramento das baianas, o departamento passou a exigir sua padronização, uma vez que estava estabelecida a sua imagem em trajes típicos em outras publicações do governo. A caracterização envolvia a saia rendada, bata, colares e os tão cantados balangandãs. Mas, o que não se esperava era a reação das próprias baianas:

[...] ao buscar reviver essa tradição, a SUTURSA teve que se defrontar com a resistência das chamadas baianas, que não se dispunham a circular pela cidade com as vestimentas tradicionais. Como forma de solucionar a questão, a autarquia franqueou uma de suas dependências para que as vendedoras de acarajé compusessem a indumentária, não necessitando sair de suas casas em trajes típicos (op.cit., p.80).

A marcação da tradição enfrentava a resistência das mulheres que seriam as portadoras autênticas e populares, que haviam sido tornadas exóticas no exercício de sua atividade econômico. Conflitos comuns a uma situação como esta, em que determinados elementos, neste caso o vestuário do século anterior, são definidos como parte essencial de uma cultura e tradição por órgãos do turismo e da indústria cultural e do entretenimento, como já observamos. Vale ressaltar que os investimentos em turismo

eram aplicados, majoritariamente, na capital do estado. É por isso que, no final da década de 60, são realizados encontros na tentativa de inserir o Recôncavo na agenda de desenvolvimento do turismo, projeto defendido especialmente pela intelectualidade baiana, saudosa da antiga relação da região. Mas os planos permaneciam em segundo plano.

A década de 70 é marcada pela criação de novos órgãos, como a ainda contemporânea Sociedade por Ações Hotéis de Turismo da Bahia S/A (BAHIATURSA) para incentivo da hotelaria, com a criação de um sistema estadual de turismo, cujas ações se destacavam a ponto de serem definidas como um exemplo a ser seguido por outras cidades. A modernização da cidade, que se dava em meio a um desenvolvimento industrial e um desenvolvimento da atividade turística, tinha um significado de mudança mais ampla da cidade, como vista por Rubim, que define a existência de duas Bahias neste processo histórico:

Boa terra; tranquila e hospitaleira; malemolente e maldicente; com jeitinho e dengo; fervorosa em seu catolicismo popular; a primeira Bahia é contraponto cantado e desejado à vertiginosa agitação e velocidade de uma país que se industrializa, urbaniza e moderniza. Aprisionada pelo turbilhão que moderniza, urbaniza e industrializa, a segunda Bahia se agita, mas não perde seu jeito. Desviante, sintoniza sua velocidade ao ritmo inventado do trio elétrico (Rubim, 2009, in Mariano, 2009, p.13).

O que o autor busca deixar claro é que a essência, especialmente cultural, não se perde com o processo de modernização, que lhe parece oposto. Ao invés disso, cria alternativas para dar vazão a sua diferença, como o trio elétrico: provido de modernidade, mas, ainda assim, baiano. Enquanto isso, o turismo em Salvador registrava os melhores números da região Nordeste. Citando os dados apresentados pelos órgãos competentes, Queiroz demonstra que:

[...] o movimento de passageiros no Aeroporto Internacional Dois de Julho registrou, em 1986, um montante equivalente a 150 mil entradas e saídas a mais do que o do segundo aeroporto nordestino, localizado em Recife; os pernoites em Salvador, no mesmo período, superaram em 430 mil os da segunda cidade da região, e o fluxo turístico, no comparativo 85/86, superou o de qualquer outra cidade turística do Nordeste (2002, p.134).

Entretanto, ao final da década de 80, a retração enfrentada pela economia brasileira atinge o contexto baiano. O crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) estadual que há uma década era de 9,7%, diminuiu para 1,7% no período entre 1985 e 1990. E os gastos com viagens são reduzidos, refletindo “[...] a sensibilidade da

atividade turística aos impactos das políticas macroeconômicas” (op. cit., p.256). Diria mais, que tem haver com o impacto sobre as atividades de lazer.

Com a década de 90, a atividade irá ser reconhecida como prioritária para a gestão governamental. Com o fomento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com recursos de US\$ 1,5 bilhão, houve uma reestruturação da economia turística nordestina, com a criação de Planos de Desenvolvimento do Turismo nos estados. Foram estabelecidas sete zonas turísticas, majoritariamente localizadas no litoral (apenas uma delas, a Chapada Diamantina, estava no interior), que receberam investimentos estaduais e internacionais, com uma maior concentração para a região denominada Baía de Todos os Santos, em primeiro lugar, e para a zona da Costa dos Coqueiros, situada no Litoral Norte.

Em 1995, é criada a Secretaria de Turismo e Cultura, para gerir em âmbito estadual a atividade turística. Como já apontamos, trata-se de mais um passo que atesta a relação estreita entre turismo e gestão cultural no contexto baiano, que é justificada pelo

grande diferencial da cultura baiana (folclore, gastronomia, música, dança, arquitetura, jeito de viver, etc.) para a atividade turística estadual, assim como o consumo, pelo turismo, de elementos culturais. Toda essa relação, segundo o Secretário, possibilitou ao Governo entender que, na Bahia, uma orientação conjunta para as duas atividades permitiria estímulos mútuos (op.cit., p.419).

Desta maneira, a cultura popular baiana é explicitamente proposta como diferenciada enquanto bem para consumo dos turistas – como já vimos ser considerado por Jorge Amado algumas décadas antes.

Com a chegada do século XXI, a atividade turística está consolidada, com apoio governamental, enquanto o estado permanece, fundamentalmente como uma economia de serviços – 65% do PIB de 2011 advém deste setor, um número que se manteve estável durante a última década (Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, 2011). De acordo com pesquisa recente realizada pela FIPE em 2011, a importância do turismo na condição econômica do estado é bastante relevante: 7,5% do PIB (Produto Interno Bruto) estadual é resultado da atividade (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), 2012). Sete milhões de reais foram movimentados em 2011, em comparação aos cinco milhões de reais em 2009, o último ano da pesquisa. Em comparação a outros estados, apenas o Rio Grande do Norte, em termos relativos, ultrapassa essa importância, com 8,1% do PIB estadual. O estado da Bahia recebeu onze

milhões e quinze mil turistas em 2011, segundo estimativa da pesquisa, sendo que 94,9% deles eram brasileiros e, entre estes, a maioria vem de outras cidades do estado, com 50,7% do total. Apenas 558.000 turistas estrangeiros visitaram a Bahia em 2011, ao contrário do que é costumeiro imaginar. Apesar da importante participação no PIB, a Bahia é o quarto destino dos turistas no país, tendo à frente São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina, respectivamente. Mas, no âmbito regional, é o estado nordestino que mais recebe visitantes.

Entre os estados emissores de visitantes, São Paulo é a origem da maioria dos turistas (16,6%), seguido de Minas Gerais (7,4%). O principal destino é a capital Salvador, com 32,2% do fluxo de turistas nacionais e 67% dos advindos do exterior. Porto Seguro é o segundo destino mais visitado. A pesquisa traça um perfil do turista, a partir das informações coletadas no questionário: paulista, do sexo masculino (53%), com idade média de 39 anos, alto nível de escolaridade (pós-graduação concluída), com renda mensal individual de R\$4.262,99 e motivado pela necessidade de “lazer” (43,5%), pelo segmento denominado “Sol e Praia” (58,8%), seguido do “Ecoturismo” (16,8%) e “Cultural” (15,3%). A alimentação representa 18,9%, o que é bastante significativo, visto que os maiores gastos costumam ser com deslocamento e hospedagem.

Ademais, na última década, o carnaval de Salvador se consolidou enquanto uma das festas brasileiras que mais atraem turistas. Segundo dados concedidos em entrevista concedida pelo governador do estado, o carnaval 2012 reuniu 500 mil turistas, com ocupação de 94% da rede hoteleira (SECOM, 2012). A festa trata de uma dimensão cultural, evidentemente, em trios elétricos e grupos de foliões divertindo-se ao som de letras de música que enaltecem a terra e seu povo, mas, ainda mais importante, a uma rede de produtores de bens e serviços simbólico-culturais, tanto do setor formal quanto informal, criando o que irá se chamar economia do lúdico (Miguez; Loiola, 1996) ou de economia do lazer (Risério, 2004). De posse destas informações, é evidente que este volume de visitantes tem para a cidade, no desenvolvimento de uma economia de serviços e na formação de um bem cultural como a baianidade (Farias, 2011).

Tendo como objetivo analisar a proposta identitária contida no material turístico, vale destacar uma tendência do turismo brasileiro dos últimos anos, que irá ser chamada de “turismo da experiência”. Tendo em vista a mudança do perfil do turista que, segundo a publicação do próprio Ministério do Turismo sobre o assunto, não é mais

apenas mero expectador e quer assumir uma postura participante em sua viagem, o ministério promove a capacitação de destinos turísticos na economia da experiência (MTUR, 2010). O conceito consiste, em termos práticos, na oferta de atividades “diferenciadas” ao visitante, por intermédio do despertar da emoção, do prazer, da inspiração e da satisfação dos turistas. Não se trata de cumprir apenas os requisitos básicos como higiene, pontualidade ou eficiência, por exemplo, mas oferecer uma prática turística dotada de personalidade (que tem como significado a singularidade) – em que o consumidor busca a experimentação e a emoção. É visível que esta alternativa só existe no contraponto com a ideia de um turismo de massas, de um roteiro estandardizado:

[...] as “experiências” dos turistas devem vir com elementos significativos como a educação: é necessário que o turista aprenda algo novo; o entretenimento para que o turista tenha atividades interessantes para realizar, que devem estimular os aspectos sensoriais, seja “ouvindo causos” do destino ou cheirando os temperos que serão utilizados em sua alimentação; a estética que relaciona-se com o ambiente visual que deve ser o mais agradável possível, tematizado ou não, mas que também tem íntima ligação com a oferta de experiências de bem estar e saúde [...] o elemento mais notável é a evasão que se dá quando o turista se concentra tanto em algo que está fazendo que escapa da realidade e vive intensamente o momento daquela experiência (op.cit., p.14).

O que se propõe é a completa imersão do turista naquela realidade, como forma mesmo de educá-lo em determinada cultura, através de uma proximidade maior da intimidade do lugar – é evidente que se afirma enquanto uma prática turística que busca uma aproximação mais profunda da chamada “cultura popular”, que move a prática desde o início. É nesta direção que o manual do referido Ministério afirma que o *background* de cada destino é fundamental, precisando ser considerados elementos como sua história e caracteres da cultura para selecionar o que será ofertado ao visitante. Ademais, a mudança também está na reversão do paradigma, que antes era geral, buscando atender a interesses diversos dos visitantes e fornecer um sentido de exclusividade à experiência, que atende a interesses especiais. O objetivo é formar um “cardápio de emoções a ser vivenciado e ofertado” (op.cit., p.23).

A ênfase no turismo promotor da experiência também pode ser observada a nível estadual, a partir da apresentação dos atrativos da Bahia pelo órgão estadual. O *site* que congrega as informações do destino baiano e a revista produzida pela secretaria estadual responsável pela pasta receberam uma denominação bastante emblemática: “Viver Bahia!”. A exclamação é parte de toda a identidade visual, e, em uma análise mais

aproximada, parece fazer parte do ideário de alegria e disposição do povo festivo da região. A página eletrônica, por exemplo, enfatiza o fato de que “a Bahia é, decididamente, a Terra da Felicidade, como a descreveu Ary Barroso” (BAHIATURSA, 2012). A necessidade de defini-la a partir de sentimentos, do misticismo que tem a oferecer também está na descrição de sua formação, que se estabelece através do contato das três etnias em uma terra de paisagens paradisíacas, “gerando uma energia mágica, envolvente e misteriosa” (op.cit.). Assim está composto o baiano, que é “por natureza e excelência, hospitaleiro, acolhedor, simpático e festeiro” (op.cit.).



Figura 2 – Identidade visual do produto Bahia, em tom exclamativo. Fonte: <http://www.bahia.com.br>.

Ademais, descreve em que aspectos da vida cotidiana é possível viver o estado, sendo através de sua religiosidade, de sua cultura ou de sua história, das características de seu povo e das festas de caráter popular (destaque-se a necessidade de ênfase no povo), e de sua gastronomia. Neste quesito, o uso de um ingrediente recebe o destaque:

O dendê vindo da África empresta seu sabor peculiar ao azeite que dá gosto às moquecas, mariscadas, caruru, acarajé e abará. Acompanhados da tradicional caipirinha ou da refrescante água de coco, os pratos presenteadam os olhos, seduzem o olfato e se desmancham ao paladar. É de dar “água na boca”. [...] A Bahia é uma festa de cores e sabores. Às receitas milenares de tribos indígenas e à rusticidade improvisada nas senzalas dos escravos africanos, somou-se a fineza e o requinte da cozinha real portuguesa. É satisfação para todos os gostos. E bom apetite! (op.cit.)

Percebe-se, assim, o destaque na experiência singular de experimentar a baianidade, que tem alguns conteúdos mais demarcados, especialmente nos caracteres das emoções, refletidos em termos retirados do próprio *site*: uma terra alegre, festeira, aprazível, sagrada e profana, tradicional, sensual e hospitaleira. E com destaque à negritude de sua população, já que “Salvador é a cidade mais negra fora da África! Mais de 80% da população é afrodescendente”(Bahiatursa, 2012). Peculiaridade que cria o segmento de turismo étnico-afro, com visita a terreiros de candomblé, de blocos de carnaval de origem negra e de bairros da cidade com população majoritária de negros.



Figura 3 - Negro que ilustram a página “Nossa Gente”, no site da Bahiatursa. Fonte: <http://www.bahia.com.br/viverbahia/nossa%20gente>



Figura 4- Negras que ilustram a página “Nossa Gente”, no site da Bahiatursa. Fonte: <http://www.bahia.com.br/viverbahia/nossa%20gente>

Vale observar que o conteúdo do *site* e das revistas deixa perceber a consolidação de uma alteração no repertório de atrações turísticas do estado. Apesar de dar continuidade a alguns dos caracteres destacados no século anterior, como a importância da miscigenação, o *slogan* da última campanha turística reflete uma importante alteração: “Bahia! É muito mais.”. Com a definição de treze zonas turísticas, o órgão busca uma ampliação da atividade em outras regiões do estado. O que se observa é uma tentativa gradual de modificação deste estereótipo, tentando agregar-lhe novos significados.

O material audiovisual produzido pelos órgãos de turismo representa uma fonte adicional a este texto identitário. Foram pesquisados vídeos disponibilizados na internet, respeitando o espaço restrito do capítulo, optei por analisar três vídeos que contém signos comuns a amplitude do material.

É assim que, em 2005, a propaganda da Bahiatursa chama o turista que está “à toa” para passar o verão na Bahia. Com a participação de quatro cantores do axé *music*, atestando a relação do carnaval com a imagem ampla de Bahia, enquanto porta-vozes do chamamento, a música é explícita:

*Nesse verão não quero ver você à toa, vem pra Bahia que a Bahia é uma boa! / Pra viver, pra ficar, livre num lugar onde o sol faz a festa todo dia! / Vem que a gente está querendo te abraçar... Nosso estado de alegria contagia! / E a Bahia quer ver você sorrir, e o baiano é também alto astral!*

As imagens dão suporte visual ao que é cantado, retratando o povo alegre e musical, tocando instrumentos pelas ruas do Pelourinho e dançando a beira mar. A paisagem da praia é retratada a partir de diversos pontos do litoral, enquanto os cantores chamam o turista de braços abertos. No momento em que a cantora Margareth Menezes dá início a sua performance, alguns aspectos do turismo étnico-afro são retratados, como as baianas em trajes tradicionais, dançando em frente a uma igreja católica e uma garçonete negra vestindo trajes similares, servindo a comida – em cumbuca de barro, comum às moquecas – aos turistas brancos, em um restaurante a beira mar.



Figura 5 - Garçonete baiana serve os turistas. Fonte: vídeo promocional da Bahiatursa, ano 2005, <http://www.youtube.com/watch?v=QuOEHobZG-4>, acesso em julho de 2012.

Uma propaganda de 2006 utiliza a música da banda Afrodisiáco, “*Já é*”, que se destaca no cenário da *axé music*, e congrega uma série de imagens emblemáticas. De início, uma turista branca chega a Salvador e, já no aeroporto, beija o chão do lugar, em uma clara reverência a terra em que chegou, enquanto outra viajante sorri diante da cena. Enquanto isso, a música começa: “*Como por encanto aconteceu / Um amor assim nunca senti / Deu um zum zum zum no coração / Quando eu te vi / Peço por favor não diga não / Tudo que eu tenho é pra te dar / Se você pedir pra eu buscar / Vou lá, vou lá, vou lá, vou já / Vou lá, vou lá, vou lá, vou já / Vou de navio de avião eu vou de trem / Eu vou na terra no mar ou na maré / E tudo isso porque sei que o nosso amor / Já é*”.



Figura 6– Turista beija o chão do aeroporto ao chegar em Salvador. Fonte: vídeo promocional da Bahiatursa, ano 2006, acesso em julho de 2012



Figura 7 – Baiana amarra fitinha do Senhor do Bonfim frente à igreja. Fonte: vídeo promocional da Bahiatursa, ano 2006, acesso em julho de 2012.

Os vídeos mostram como a questão da etnia pauta o texto identitário, na relação entre os turistas brancos (e muitas vezes, louros) e os baianos sendo identificados, em sua maioria, como negros, principalmente ou mestiços. Ademais, estão sempre sorrindo e se mostrando disponíveis para os turistas, realizando serviços para eles, dando informações ou dançando junto com eles, por exemplo.



Figura 8 – Baiana oferece acarajés em frente ao Farol da Barra. Fonte: vídeo promocional da Bahiatursa, ano 2006, acesso em julho de 2012.

Os vídeos desta década também refletem uma tentativa de ampliação de destinos turísticos dentro do estado, como a Chapada Diamantina, cujas cachoeiras e montanhas aparecem entre as paisagens.

De 2012, o vídeo *Verão da Bahia*, resgata a música *Chame Gente*, em um pequeno trecho: “Ah! imagina só que loucura essa mistura/ Alegria, alegria é o estado que chamamos Bahia / De Todos os Santos, encantos e Axé, sagrado e profano, o Baiano é carnaval!”. Este vídeo, como outros, traz a imagem de mulheres usando roupas de banho, trajes curtos ou decotados, de cabelos balançando com a brisa do mar, sorrindo para o telespectador. Visivelmente são parte do que a Bahia tem a oferecer para o turista – especialmente sabendo que são, majoritariamente, um público masculino. O carnaval, com destaque especial para os (negros) filhos de Gandhi, é a festa mais destacada nas imagens. O comercial termina com a expressão: “Bahia: viva essa magia!”.

Um elemento final sobre a influência das atividades turísticas sobre a cidade tem a ver com a postura dos moradores da cidade, propriamente. Vimos que um sentimento de responsabilidade já pode ser observado em trechos de jornais da década de 60, e o decorrer dos anos e o desenvolvimento do turismo aprofundarão esta atitude. Ademais, não se trata de uma postura recente, se considerado o discurso dos viajantes sobre a hospitalidade dos baianos como expostos nos relatos do século passado. Mas esta hospitalidade é revestida em profissionalização. “Salvador não apenas se converteu, de um lugar naturalmente sedutor, numa profissional de sedução. Ela é, hoje, uma cidade maníaca” (Risério, 2004, p.592). O tom espantado de Risério reflete as condições de desenvolvimento da atividade.

Mas não se trata simplesmente do impacto do turismo em uma responsabilização do morador em ser hospitaleiro com os turistas. Como observado, há um processo amplo de formação do texto identitário da baianidade. E, de fato, todos os indivíduos elaboram seus próprios textos, com apoio de um suporte do sentimento nacional e regional. Já diria Gilberto Gil, em *Aquele Abraço* de 1972, “*Meu caminho pelo mundo, eu mesmo faço/ A Bahia já me deu régua e compasso*”, dando o tom de uma herança característica que garantiria a Bahia aos seus filhos<sup>13</sup>. Mas, neste ponto, é preciso pensar

---

<sup>13</sup> É preciso lembrar que a história do estado da Bahia foi marcada por um intenso fluxo de saída dos moradores, que durou a maior parte do século XX, que vem sendo atenuado apenas na última década, como informam as últimas PNADs (Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílio). Mais informações

que esta elaboração não acontece com a mesma frequência, intensidade e repercussão em todos os grupos.

A quem percorre o Brasil, salta aos olhos a desproporção com que baianos e piauienses, por exemplo, recitam o texto sobre si próprios, em termos de investimento de tempo, de energia, de expectativas... Historicamente, algumas cidades se constituem como centros, núcleos, emblemas de processos que deságuam no estabelecimento de uma nação, de um estado [...] é o caso de *New Orleans*, Roma, Rio de Janeiro, Paris [...] E aí se verifica a especialização na produção e contínua reprodução deste texto identitário, bem como sua recitação [...] (Moura, 2001, p.8).

Como analisado nas seções anteriores, os contornos da baianidade vem sendo definidos detidamente durante o século XX, a partir de uma convergência de diversas contribuições, de escritores, compositores, intelectuais e visitantes e, mais tarde, de modo mais sistemático, pela narrativa selecionada, apropriada e disseminada em conteúdos turísticos. O que se obtém é que, como em outras cidades-emblema, a reiteração de um texto identitário com tamanha intensidade ocasiona uma autonomização dos textos. É esta uma autonomização que não atinge o visitante, simplesmente – ele se torna parte também do próprio soteropolitano.

[...] fizemo-nos profissionais e militantes de nosso anúncio para nós mesmos e o mundo, numa magnitude que intriga, irrita, apaixona, envolve e repugna... Tornamo-nos ocupados e preocupados em reeditar o acervo de enunciados sobre a baianidade, mais do que os acreanos, maranhenses e catarinenses [...] (op.cit., p.8).

A ressalva que precisa ser feita é que isto não significa que baianos tenham especificidades mais ou menos ricas, ou autênticas, em comparação a outras identidades regionais dentro do Brasil. Em termos de identificação, não existe um grau de valorização, evidentemente, mas uma maior ou menor dedicação ao tema. No caso baiano, um longo percurso nos traz a este ponto. E quando se estabelece uma relação entre cultura e desenvolvimento econômico, em uma economia de serviços, a marcação se tornará o mais profissional possível. Insisto um pouco mais na qualificação:

[...] costuma ser especialmente importante, para um baiano, elaborar o ser baiano. Mais que elaborar o ser roraimense para o roraimense. Especializamo-nos no próprio acontecimento de *ser baiano*, em nos dizermos baianos; vestimo-nos a fantasia. Parecemos incansáveis nisto, dizem os visitantes que gostam e os que não gostam deste nosso traço. É um narcisismo ativo, que percorre desde os cronistas do século XVI que gabavam as águas doces do recôncavo da Bahia [...] e chegamos ao século XXI com esta marca (op.cit., p.10).

Assim, tendo em vista o exposto nas três seções anteriores, é possível observar como o texto identitário da Bahia se alinha. É fruto de uma teia de discursos, “[...] ocorreu na medida em que saberes e poderes relativos, respectivamente, às elites políticas e intelectuais e também às lideranças religiosas e lúdico-artísticas estiveram crescentemente em interdependência sociofuncional” (Farias, 2008, p.572). E congrega ideários identificados como tradicionais e modernos, na composição de ícones da baianidade. E como tal, cabe lembrar que, ainda que não seja este o objetivo desta dissertação, como todo repertório identitário este também opera em função de um objetivo político, especialmente em um estado marcado pela profunda desigualdade econômica e pelas contradições raciais. A consolidação de um imaginário sobre uma terra em que os signos são a democracia racial e a prosperidade são bastante úteis.

\*\*\*

Deste modo, estão estabelecidos os signos da comida baiana extraordinária – e, em uma relação, da Bahia e de seus nativos – como considerada idealmente. Ao longo das quatro seções, podemos ver de que maneira se reitera este repertório. A combinação das narrativas veiculadas em meio literário, em material turístico ou no conteúdo de livros de culinária mostra “como podem ser imbricados o substrato científico-literário relativo ao tema, as diretrizes político institucionais e a rede midiática que envolve a vida social local” (Pinto, 2001, p.3). É assim que, neste sentido, a comida baiana se inscreve sob o signo da fartura, do tempero, da religiosidade e da comemoração. É dotada de autenticidade, sendo a única cozinha tradicional/própria do Brasil, a contribuição de portugueses, africanos e índios. Outras contribuições, posteriores, tratarão de mostrar a predominância do elemento africano na composição da cozinha. As mulheres negras, assim, tem o dom e o saber ancestral de produzi-la propriamente, enquanto cozinheiras generosas e também sensuais, conhecimento que é transmitido às mestiças baianas. Saber que se pauta em uma religião africana, de oferendas e sacrifícios, em que os homens comem o que os santos comem.

Do africano azeite de dendê, do coco e da pimenta, é possível fazer o acarajé, o vatapá, o caruru, a moqueca e a frigideira – eleitos pratos-signo desta baianidade. E, tendo este consumo como referencial e o quadro mais amplo referente à baianidade, os baianos, voluptuosos, sentem prazer também em exercer a comensalidade, sendo gulosos por terem uma relação próxima e fundamental com a comida tradicional. O

dendê de cor vermelha, sabor picante, e ampla cosmologia no candomblé, se associa ao calor, a sensualidade a fecundidade. Sobre a pimenta, especificamente, vale refletir sobre o sentido figurado de apimentar: o de tornar picante, malicioso e, ainda melhor, de estimular (Ferreira; Ferreira, 2010). Todo baiano é em alguma medida africano, mais que português e indígena, pois come a África pela boca. E suas datas comemorativas são marcadas pela abundância de comidas, pela presença de grandes grupos de conhecidos, em um sinal de sua hospitalidade e generosidade. Vale lembrar que o consumo alimentar, evidentemente, tem impacto em uma construção da corporeidade baiana, que pode ser visto como volumoso, curvilíneo e farto tendo destreza e desenvoltura na dança e no sexo, por exemplo. É desta maneira que os diversos elementos expostos nesta seção estão imbricados em uma teia, compondo-se mutuamente – formando o texto identitário da Bahia.

Entretanto, é possível perceber como os últimos livros já refletem uma mudança neste emblema. Os autores alertam que o consumo das comidas de azeite não é tão frequente quanto se diz, ao passo que mesmo Dadá diz que usa só um pouco de dendê – só pra dar a cor, o charme. Analisaremos estas modificações no próximo capítulo, de modo a entender a comida rotineira – o símbolo do ordinário.

## **Capítulo 2 – A experiência de comer a Bahia: a narrativa de comensais e restaurantes**

Tendo como panorama a análise empreendida no primeiro capítulo, este trecho do trabalho trata especificamente de aspectos da comida cotidiana, como definida por comensais em Salvador e como vendida por restaurantes. O objetivo do capítulo é caracterizar, propriamente, a oscilação entre a comida idealizada e a ordinária com os dados encontrados em campo. Para tanto, na primeira seção há uma breve análise dos hábitos alimentares atuais: apresentando o conceito de “modernidade alimentar” e as modificações que identifica na alimentação contemporânea; os dados disponíveis sobre a alimentação brasileira fora do domicílio; o texto identitário sobre a comida baiana como difundido na última década, congregando, brevemente, contribuições de intelectuais, do setor comercial e do governo; e a discussão sobre novos aspectos da modernidade alimentar que podem interferir na frequência da produção e do consumo da comida baiana. A segunda seção se ocupa da pesquisa de campo, propriamente, com a apresentação da metodologia e das técnicas utilizadas, o campo preliminar e a análise do conteúdo das entrevistas realizadas com os comensais e moradores de Salvador, a partir das apropriações feitas por moradores da cidade sobre o ideário da comida baiana, de que modo o significam e experimentam. E, por fim, o trabalho de campo nos restaurantes, cuja apresentação dos dados tem por finalidade entender de que modo os restaurantes se apropriam do padrão estabelecido como comida baiana, e constroem espaços de experimentação da comida baiana (e da Bahia) para seus frequentadores.

### **2 – 1 Hábitos alimentares e a comida baiana contemporânea**

Os hábitos alimentares da contemporaneidade, por apresentarem diversas particularidades que os diferenciam de outros períodos da história, são definidos por alguns autores pela denominação “modernidade alimentar” (Hernández; Arnáiz, 2005). Entre elas, a composição inédita de uma conjuntura marcada pela abundância de alimentos de modo durável, ainda que haja problemas graves com sua distribuição. “[...] destaca-se uma transformação fundamental no sistema de valores das sociedades ocidentais: comer deixa de ser o objetivo principal da organização social para tornar-se um direito” (Poulain, 2006, p.26). Ademais, temos novas condições de produção do alimento. No contexto das sociedades industriais, atividades que pertenciam ao âmbito doméstico passam a ser responsabilidade do setor de mercado. A industrialização da

produção dos alimentos modifica a relação entre o comensal ocidental e seu alimento, a partir do início do século XX, se desconectando do meio biocultural que é responsável pela produção de alimentos. O crescimento dos índices de trabalho feminino também interfere sobre esta tendência de industrialização, ainda segundo Poulain (op.cit.). É assim que a redução das funções produtivas do lar permite o desenvolvimento da indústria agro alimentícia. Este contexto influencia a popularização do consumo de refeições que podem ser compradas prontas ou pré-prontas em detrimento das refeições produzidas em casa. A alimentação fora de casa também se insere neste novo modelo alimentar marcado pelo valor da praticidade e a distância da produção do alimento.

Vale a ressalva que esta transferência não ocorre de modo rápido ou simples, e que o aumento do consumo de produtos industrializados ou vendidos por restaurantes se reflete em contínuas crises de legitimidade acerca da qualidade de seus produtos. São frequentes os casos de intoxicações causadas por produtos da indústria agroalimentícia, que expressam reiteradas falhas no processo de produção dos alimentos. Situações como a doença da vaca louca<sup>14</sup> ou, no Brasil, o caso das caixas de leite contaminadas com soda cáustica<sup>15</sup> e as empadas recheadas de carne humana também refletem esta condição<sup>16</sup>. A distância do comensal em relação à produção dos alimentos se transforma em um motivo para desconfiança e insegurança (Fischler, 1995). A apreensão em relação ao processo de produção industrial e comercial de alimentos caracteriza a sociedade ocidental contemporânea, e, segundo os opositores mais fervorosos, a produção estaria mais preocupada com os lucros gerados pelas vendas do que com a integridade daqueles que a consomem. Neste contexto, temos a emergência de um novo conceito de segurança alimentar, que não se preocupa com a garantia do alimento, mas com atestar a segurança sanitária em seu processo de produção. A vigilância em torno da produção industrial do setor agroalimentar, decorrente da preocupação dos

---

<sup>14</sup> “Doença da vaca louca” é o nome vulgar para Encefalopatia espongiforme bovina, doença neuro-degenerativa fatal que atinge animais bovinos e pode ser transmitida ao homem. Na década de 90, parte do continente europeu foi contaminada pela doença, transmitida pelo substrato alimentar dos animais. Informações em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Encefalopatia\\_espongiforme\\_bovina](http://pt.wikipedia.org/wiki/Encefalopatia_espongiforme_bovina). Acesso em 24/06/2012.

<sup>15</sup> Episódio ocorrido no final do ano de 2007, em que caixas de leite de várias marcas foram adulteradas com substâncias como soda cáustica e água oxigenada. Notícia disponível em <http://www.pecuaria.com.br/info.php?ver=2521>, acesso em 28/06/2012.

<sup>16</sup> Notícia publicada em abril de 2012, sobre o caso de um grupo que foi acusado de homicídio e canibalismo na cidade de Garanhuns, Pernambuco. Uma das integrantes vendia empadas feitas com uma pequena porção da carne obtida. Notícia em <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2012/04/moradores-de-garanhuns-dizem-ter-comido-empadas-com-carne-humana.html>, acesso em 28/06/2012.

consumidores, é intensificada, e a mediatização da alimentação é uma das consequências dessa observância frequente.

Outro símbolo da modernidade alimentar é a “má alimentação”. Em um contexto novo de abundância de alimentos, e de alimentos processados industrialmente, muitas vezes extremamente calóricos, estudos sobre a saúde humana tratam da problemática das novas dietas hipercalóricas<sup>17</sup> e da obesidade. O discurso médico trata dessa transformação em diversos estudos na área da saúde, e a forte influência de suas considerações, com a importância dos estudos nutricionais, resulta em um processo de medicalização da alimentação (Poulain, 2006). É preciso destacar também o distanciamento do alimento de suas raízes geográficas e das dificuldades climáticas em produzi-lo.

Os progressos dos agronegócios no nível das técnicas de conservação, de acondicionamento de transporte, reduzem consideravelmente a pressão do nicho ecológico. Agora, os mercados não raciocinam mais em âmbito nacional. [...] Os alimentos se deslocam de um país para outro e fazem, no curso de sua vida, que vai da semente para os vegetais ou do nascimento para os animais, até os pratos cozidos, viagens consideráveis. [...] O suco de laranja produzido na Califórnia chega na Europa como um produto fresco acondicionado em caixinhas (op.cit., p.29).

O que se observa é a oferta de alimentos das origens mais diversas pelo mercado, cabendo ao consumidor ter condições financeiras de adquiri-los. O deslocamento permite, portanto, a inserção de novos alimentos nos hábitos alimentares cotidianos dos comensais, processo que permite a mundialização não apenas de alimentos, mas também de hábitos alimentares, ainda que não seja inédita, evidentemente. Mas que possibilita a expansão de estabelecimentos que servem comidas regionais/étnicas fora de seu lugar de origem, por exemplo.

A discussão se amplia para o debate sobre uma possível padronização ou homogeneização dos alimentos consumidos mundialmente. Como dito por Hernández e Arnáiz:

En términos generales, puede afirmarse que, desde la década de 1950, sobre todo, la alimentación ordinaria se ha homogeneizado progresivamente como consecuencia de haber pasado, en poco tiempo, de unos eco-sistemas muy diversificados a otros hiperespecializados e integrados en vastos sistemas de producción agroalimentaria a escala internacional. De este modo, ha aumentado considerablemente la producción mundial de alimentos al tiempo

---

<sup>17</sup> A definição de caloria é fundamental para a prescrição alimentar contemporânea, a unidade de medida utilizada para medir o valor energético presente em todos os alimentos. Quando a quantidade de calorias consumida é muito maior do que o gasto do corpo, o comensal engorda. Com esta justificativa, é preferível a adoção de uma dieta de baixo consumo calórico.

que han desaparecido numerosas variedades vegetales y animales que habían constituido la base de dietas de ámbito más o menos localizado (2005, p.26).

Dessa maneira, o fenômeno caracterizado como padronização alimentar combina a grande oferta de alimentos com uma pequena variedade deles. Na maioria dos casos, a escolha de determinados frutos e legumes pela indústria ocorre por meio de análises sobre seu rendimento ou sua capacidade de conservação. Ainda segundo Hernández e Arnáiz, a homogeneização da produção atinge também o consumo no setor comercial de restaurantes. Fenômenos como a expansão do McDonald's são caricaturas desta padronização, representada por restaurantes mundiais que seguem um modelo padrão de grande sucesso. A preocupação de alguns dos discursos contemporâneos é que a situação criada pela modernidade alimentar suprima as particularidades dos hábitos alimentares nacionais e regionais. Neste ponto, temos uma analogia com a inquietação semelhante de alguns analistas do processo mais amplo de globalização, que temem pela homogeneização das culturas mundiais. Entretanto, a realidade alimentar apresenta outro panorama. Em verdade, o que se observa é a adaptação de estabelecimentos transnacionais do ramo de alimentos aos hábitos alimentares locais – e, porque não dizer, uma adaptação ao gosto popular. O próprio McDonald's é um exemplo desse processo. Apesar de seguir um modelo de estabelecimento, o restaurante tem de fazer algumas adaptações no cardápio para garantir a aceitação de seus clientes. Alguns exemplos dos ajustamentos:

Na França, por exemplo, serve-se cerveja nos restaurantes McDonald's, enquanto que, nos Estados Unidos, há apenas bebidas não alcoolizadas. [...] a criação, para os mercados franceses, de um hambúrguer particular denominado Royal. [...] Além destas pequenas adaptações próximas de invenções de pouca utilidade, nas áreas culturais de prescrições alimentares religiosas fortes a carne de boi torna-se lícita pelo método de abate. (Poulain, 2006, p.31-32).

Evidentemente, se apropriam de algumas caricaturas sobre os hábitos alimentares no país. Mas, o que vale observar é que é um equívoco inferir que, diante do sucesso de restaurantes transnacionais, temos o desaparecimento gradual de particularidades nacionais e regionais dos hábitos alimentares – o que parece mais provável é sua reafirmação.

De fato, há uma valorização dos produtos regionais nos mercados alimentares. Em contraponto a um processo de modernização, ideologia que criticou diversos hábitos “incivilizados” da sociedade, como já vimos, temos a valorização da simplicidade do

rústico e da qualidade do natural (Morin, 1977). Alimentos fabricados artesanalmente, que utilizam ingredientes frescos e representam a tradição alimentar de alguma localidade são valorizados no mercado de alimentos – alcançam um valor mais elevado comparativamente, inclusive. Anteriormente, estes eram produtos desconsiderados pela denominada alta gastronomia, o baluarte da ciência, da modernidade e da elite econômica, por apresentarem o vínculo com o popular, o ultrapassado e o senso comum. No século XXI, representam um sinônimo de sucesso como parte dos cardápios de restaurantes requintados, como o de Alex Atala, com o restaurante “D.O.M.”, Ana Luiza Trajano, à frente do “Brasil a Gosto” e Mara Salles, do restaurante “Tordesilhas”, todos situados em São Paulo e com a proposta de incluir técnicas culinárias e ingredientes brasileiros na gastronomia – conhecida pelo domínio da cozinha francesa, originalmente.

Por fim, o último aspecto da modernidade alimentar a ser mencionado se refere à popularização da conexão entre lazer e os hábitos que envolvem o comer, como a preparação das refeições e o momento de consumi-las. Ainda que a presença de aspectos lúdicos nos hábitos alimentares não se configure, de forma alguma, como inédita na história da humanidade, esta relação se desenvolve de maneira importante na atualidade. Ao que parece, “cozinhar” e “comer” estão na moda, constituindo-se como uma das principais categorias de prazer e entretenimento dos indivíduos. A frequência crescente de atividades como sair de casa para comer fora, reunir família e amigos para degustarem uma refeição feita em casa, ler livros ou assistir programas televisivos sobre as técnicas da culinária, discutir sobre a qualidade de um prato ou reverenciar *chefs* que se tornaram celebridades são exemplos desta nova tendência (Heck, 2004). A profissão ganhou tanto espaço e prestígio no Brasil que no período dos últimos cinco anos, os cursos de gastronomia de instituições de ensino superior passaram de cinco para 96, segundo dados da ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) (ABRASEL, 2012). Comer, enquanto uma categoria do lazer, representa mais uma forma de alimentar-se que não se restringe a uma função puramente biológica.

Uma análise estatística sobre os hábitos alimentares brasileiros pode ser extraída da POF (Pesquisa de Orçamentos Familiares), referente ao biênio 2008/2009. Segundo os dados, o consumo de alimentos fora do domicílio no Brasil corresponde a 31,1% dos gastos com alimentação dos comensais (IBGE, 2010). Na região Nordeste tem-se um dos menores percentuais deste gasto, correspondendo a 23,5% (na região Sudeste, é de

37,2%). Quando observadas as classes de rendimento, as famílias brasileiras com rendimento até R\$830 gastavam 17,2% com refeições fora de casa, enquanto os rendimentos mais altos (R\$10375,00) gastavam 49,3%, praticamente metade dos gastos destinados à alimentação. Os dados não possuem uma desagregação por município, então é preciso observar o contexto do estado, com a consideração de que o maior número de restaurantes está, provavelmente, em cidades maiores. No caso do estado da Bahia, os dados demonstram que 26,5% dos gastos são destinados à alimentação fora do domicílio, e quando o corte de classe é aplicado, as porcentagens se aproximam da média brasileira – exceto pelo grupo com rendimentos acima de R\$10375,00, que gasta 53,1% com o hábito de comer fora de casa. Segundo dados oficiais da ABRASEL, Salvador possui 137 restaurantes associados (e aqui se trata apenas de uma das categorias do comer fora). Este valor serve apenas para fornecer uma pequena estimativa do amplo número de estabelecimentos, uma vez que, já que a associação tem um custo para os proprietários, é possível que este número seja, pelo menos, em uma estimativa superficial, quatro vezes maior do que o oficial. Comer fora com frequência enquanto hábito de lazer ainda é um hábito restrito a determinadas classes econômicas, como comprovado pela POF e pelo Índice Alelo de Preço Médio de Refeição 2012. O preço médio da refeição em Salvador é de R\$22,17, se forem consumidos apenas “prato principal” e “bebida” (Datafolha; Alelo, 2012). Evidentemente, a pesquisa trata de restaurantes formalizados – existe um mercado amplo de pequenos restaurantes e serviços de oferta de refeições que não são contemplados por este requisito e que são uma opção para as classes mais pobres. Ainda assim, o que podemos observar é que a alimentação fora do domicílio representa uma parcela bastante significativa dos hábitos alimentares brasileiros, especialmente quando se trata dos consumidores de alto poder aquisitivo. A situação na Bahia é semelhante, sendo que os mais ricos consomem ainda mais.

Em meio a este contexto, é importante destacar algumas das ações que refletem de que modo a chamada “comida baiana” mantém seu papel na definição de uma identidade baiana na última década. A implementação do “Museu de Gastronomia Baiana” é um desses reflexos, sendo parte do complexo do Serviço Nacional de Aprendizagem Nacional (SENAC) localizado no Pelourinho e fundado em 2006, tem curadoria de Raul Lody, um dos pesquisadores destacados quando se trata de antropologia da alimentação no Brasil. É bastante elucidativa a relação estabelecida

entre uma instituição comercial e um intelectual do tema, reconhecendo a importância da caracterização de uma gastronomia baiana para o desenvolvimento econômico/turístico do estado, sendo o primeiro deste gênero na América Latina. Instalada em um casarão colonial do Pelourinho, do século XIX, a exposição está localizada em um ambiente que mescla elementos rústicos, como as paredes de pedra, e modernidade, como os equipamentos de ar-condicionado de última geração. A partir de materiais audiovisuais, como o vídeo sobre a comida ritual do Candomblé, e de material impresso, como fotografias, faixas e ilustrações, a exposição se propõe a oferecer uma imersão do visitante na culinária baiana, em diversos aspectos: a partir de seus utensílios, como colheres de pau, raladores de alumínio, pilões de madeira, panelas e pratos de barro em seus ingredientes, canecas esmaltadas, e talheres de alumínio; a enunciação dos modos de fazer, como o “moquear”, “defumar”, “pilar”; com a exposição do ingrediente que julga mais simbólico, o azeite de dendê disposto em grandes garrafas de vidro destacadas em mostruários de vidro, estabelecendo sua ligação direta com a África, fornecendo detalhes sobre a denominação, a árvore que lhe dá origem e o processo de feitura artesanal; a definição de pratos que define como emblemáticos, em um livro de consulta denominado “receitas da Bahia”, com uma breve explanação sobre cada um, seguida de sua receita, como “Bobó de camarão”, “Efó”, “Frigideiras”, “Maxixada”, “Moquecas”, “Quibebe”, “Sarapatel”, “Xinxim de bofe”, “Acaçá”, “Arroz d’aussá”, “Xinxim”, “Caruru”, “Efun-oguedé”, e outros pratos com denominação visivelmente africana; as comemorações, como as “festas de largo”, e as comidas que lhe são apropriadas. O uso dos termos em ioruba, por exemplo, estão destacados nas paredes, bem como a narrativa de viajantes do século XVI ou XIX, denotando a ancestralidade destes hábitos.

O complexo inclui ainda um restaurante de comida regional e uma livraria. Sobre o restaurante, há uma publicação de 2008, que reúne receitas de instrutores do SENAC, ditos importantes transmissores da cultura baiana (SENAC, 2008). Em seu sumário, o livro destaca o fato de que contem receitas que não são autenticamente baianas, como o “Cozido”, “Escaldado de Peru” e “Galinha ao molho pardo”, refletindo o cuidado em definir limites bem estabelecidos no que seria o terreno da comida típica. A publicação defende que a culinária baiana é autêntica em um quadro comparativo brasileiro, uma vez que

excetuando-se duas cozinhas – a ‘africana’ que predomina da Bahia ao Maranhão e a ‘indígena’ que engloba a região amazônica –, a cozinha que domina em outros estados é uma cozinha menos autêntica que admite influências diversas no preparo e nos condimentos e pode ser encontrada em qualquer parte do mundo com pequenas alterações (op.cit., p.11).

É importante perceber como a definição excetua a comida consumida em outras regiões que não Norte ou Nordeste. Após a apresentação das influências culturais das etnias que povoaram o Brasil, destaca que a comida baiana é aquela

na qual predomina a influência africana, seja pelos preceitos de ordem religiosa, seja pela variedade, cor, aroma e sabor conferidos pelo azeite de dendê, leite de coco, pimenta e camarão seco, ingredientes que incorporados aos elementos portugueses e indígenas, tornou-se uma das mais finas e deliciosas do mundo, ‘tão requintada quanto a francesa e a chinesa’, classificou-a Jorge Amado (op.cit., p.13).

A visita ao museu permite perceber a predominância dada à matriz africana, ainda que outras contribuições sejam mencionadas. As pinturas do artista Carybé ilustrando a importância das mulheres em suas vestes reconhecidas como africanas também refletem a centralidade.



Figura 9 - As baianas de Carybé (Lody, 2007).

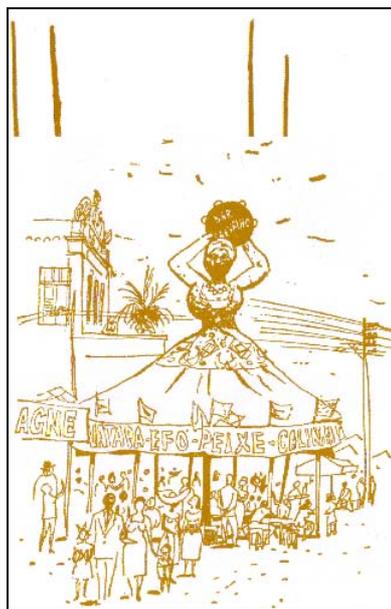


Figura 10 - As baianas de Carybé (Lody, 2007).

Em dezembro de 2004, o acarajé foi registrado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) como patrimônio imaterial nacional, em complemento ao ofício das baianas de acarajé. Gilberto Gil, um dos mais destacados cantores e compositores baianos, ocupava o cargo de Ministro da Cultura a época, e

adicionou em entrevista a um jornal de grande circulação: "As decisões tomadas foram fundamentais para a preservação da cultura e da identidade baianas"<sup>18</sup>. O pedido de inscrição foi realizado pela Associação das Baianas de Acarajé, Mingau, Receptivo e Similares do Estado da Bahia (ABAM), em parceria com o CEAO/UFBA (Centro de Estudos Afro-Orientais) e o Terreiro Ilé Axé Opô Afonjá, atestando, mais uma vez, a rede complexa de atores mobilizados em prol da defesa da seleção e da defesa de alguma aspecto da baianidade, com o ateste final do órgão governamental, capaz de lhe garantir este certificado. Para entender o processo que culmina no registro do bolinho e do ofício de suas produtoras, a observação de Vivaldo da Costa Lima sobre o poder adquirido pelas baianas de acarajé é acurada:

As baianas constituem, também, um poder político. Na sua maioria são filiadas ao Candomblé. Têm uma vasta rede de influência, pelo parentesco; de compadrio e de relações de vizinhança muito estreitas - todos esses mecanismos importantes no jogo do poder (Lima, 1999).

Obviamente, é importante também lhes dar crédito na propagação de uma imagem da cozinha baiana, que tem no acarajé seu signo mais difundido.

Para Lima, durante os últimos trinta anos, o consumo do acarajé mudou, tornando-se ampliado e declarado. Passando de comida popular, de rua, para quitute necessário em celebrações dos estratos elevados da sociedade baiana. Como observado pelo autor, o acarajé se torna uma variação tropical entre os canapés franceses, um emblema de tipicidade, também vendido em restaurantes elegantes e hotéis como aperitivo. E o que é mais curioso: “nesses espaços ditos elegantes o acarajé vem aparecendo mais como uma novidade, não como uma redescoberta” (op.cit., p.107). O que é possível observar é que o acarajé assume a posição de comida símbolo da baianidade, servido em contextos em que antes apenas circulava a cozinha internacional. E devidamente acompanhado: servido em tabuleiro fixo, com acompanhamentos contidos em panelas de inox, com o sorriso de uma baiana vestida como manda o figurino. É a negra de tabuleiro “modernizada”. Ademais, a adição de recheios como o vatapá, o caruru e a famigerada salada ao bolinho que apenas continha camarão reflete a nova composição de um prato baiano completo, que permite saborear diferentes iguarias emblemáticas da Bahia.

---

<sup>18</sup> Trecho disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u102546.shtml>. Acesso em 28/02/2011.

Por fim, para aprofundar o detalhamento do processo de formação de uma possível nova comida baiana, vale tratar dos possíveis impactos da modernidade alimentar sobre os hábitos baianos. Santos (2008) analisa o impacto de padrões estético-corporais contemporâneos em hábitos alimentares de soteropolitanos. Como visto pela autora: “[...] está em curso na cidade de Salvador a ideia da construção de novos corpos sob a égide do discurso do corpo contemporâneo: magro, saudável e *light* [...]” (op.cit., p.239). Em virtude da valorização de um corpo magro que, é preciso destacar, tem oposição direta com o ícone da baiana/mulata de ancas largas e braços roliços e fortes, se estabelece um processo de defesa de uma nova comida baiana. Em séculos anteriores, marcados por outro padrão alimentar e especialmente pela fome, a categoria “sustância”<sup>19</sup> se constituiu como característica valorizada em um ingrediente. O azeite de dendê, por exemplo, é enaltecido pelos autores do século passado por sua capacidade de nutrição, sendo citado por garantir a boa condição física dos baianos, que viviam em condições de subalimentação, frente a outros brasileiros. Brandão, em livro de 1948, estabelece a comparação com outros colonos brasileiros.

[...] leva-nos a concluir que dois acarajés, estes gostosos sanduíches de feijão e pimenta, fritos no azeite de dendê, vendidos nas ruas da Bahia, alimentam mais do que um prato de feijão com farinha e xarque (sic) quase (sic) sempre rançoso provocador de distúrbios gastrointestinais e de pouco valor, como alimento propriamente dito (BRANDÃO, 1948, p.16)

De modo explícito, a definição do que se configura como alimento em termos nutricionais, no sentido mesmo de nutrir o corpo para que este possa exercer suas funções, é bastante diversa daquela construída na contemporaneidade. Aqueles que não comem dendê teriam atributos indesejáveis. Mas sua fala reflete que o dendê já era atacado “pelos pseudo cientistas e médicos, ignorantes do assunto, caluniado de oitava, é a comida bahiana (sic) a mais nutritiva do Brasil, além de ser a mais gostosa” (op.cit., p.16) e “Dizem que é um veneno para o fígado, para o intestino, mas nunca ninguém provou isto” (op.cit., p.15). Os ataques seriam sem fundamento já que o azeite de dendê justificava a baixa incidência de lepra na população e a boa conformação dentária dos moradores. Cita mesmo Josué de Castro, autor de “Geografia da Fome”, a partir de sua explicação sobre a riqueza de vitaminas e betacaroteno contidos no azeite de dendê. Sua explicação se estende à riqueza nutricional da pimenta. Em verdade, ao observar de modo mais amplo a categoria de comida baiana, os autores tentam defendê-la de uma

---

<sup>19</sup> O uso do termo é coloquial, designando força, vigor, robustez àquele que consome alimentos capazes de garantir a sustância.

algunha, pejorativa, de ser esta uma comida “pesada”, de difícil digestão. A fala do apresentador de TV Jô Soares sobre a tal “maldição da Bahia”, citada no capítulo anterior, atesta a permanência deste ideário.

De modo mais acentuado, a defesa da comida “leve” na contemporaneidade ressignifica a “riqueza de nutrientes” defendida por Brandão, tornando-se um “excesso de calorias” em tempos de abundância alimentar – mais uma vez, ainda que sejam considerados os graves problemas de distribuição de alimentos que temos hoje. Como observado por Santos, “o comer cotidiano paulatinamente se ‘higieniza’ do ponto de vista calórico-nutricional” (Santos, 2008, p. 248). Uma rápida observação nas prateleiras dos supermercados nos permite atestar: a grande quantidade margarinas reflete a opção por uma gordura vegetal criada industrialmente, em oposição à gordura animal da manteiga; a variedade de óleos vegetais, de canola, milho e girassol; a quantidade gigantesca de produtos que se declaram *light*, sendo que praticamente todo tipo de alimento tem sua versão mais leve. O emblema de “zero açúcar” e/ou “zero gordura” nas embalagens é destacado.

Ao mesmo tempo, temos o processo de defesa de uma comida regional, com a definição e valorização do gosto da comida baiana. E uma comida assentada fundamentalmente em um azeite vegetal, considerado extremamente calórico – sendo que seu prato emblema, o acarajé, é frito em imersão. Para Santos, a centralidade da questão é tal que a comida “tradicional” passa a ser consumida apenas eventualmente, sendo deslocada para refeições feitas durante o final de semana ou para momentos de celebração, como as comemorações de “São Cosme e Damião” ou a festa de “Santa Bárbara”, quando se come caruru.

Apesar de concordar com a autora sobre a importante influência desta ideologia de higienização na alimentação, julgo que a incursão feita nos livros de culinária permitiu auferir que, provavelmente, este consumo nunca foi tão frequente assim. Não há dados coletados sobre o assunto, mas os indícios deixados pelos livros de história também apontam nesta direção. Ainda que grande parte dos relatos aponte para a predominância da influência da cozinha africana na formação de uma culinária baiana, e da presença dos pratos nas casas dos nobres da cidade, é preciso lembrar que sempre existiu uma hierarquização do valor dos alimentos. Quando se tratavam dos pratos de declarada influência africana, é certo que estavam em desvantagem em uma escala de

alimentos valorizados. É preciso levar em consideração a valorização do gosto europeu que marcou toda história brasileira e influenciou os hábitos de consumo dos brasileiros. Julgo ser necessária a cautela com propostas que dão ao elemento africano dominância completa, em um país marcado pela exploração do escravo negro e pelo racismo. É certo que a história brasileira foi marcada pela miscigenação e a flexibilidade em alguma medida, mas a supremacia do colonizador português/branco não foi extinta. É possível que o consumo de comida africana não fosse tão cotidiano assim, em função de ser encarado de modo pejorativo. O fato é que, de modo explícito, Pinto Netto, em livro de 1986, destacava que os baianos consumiam mais frequentemente os pratos que não continham azeite de dendê (Pinto Netto, 1986). Evidentemente, a valorização de uma seção específica dos hábitos alimentares busca omitir as outras, consideradas “menos autênticas”. Não se trata de verificar ou não as verdadeiras condições desse hábito nos séculos anteriores, uma vez que é impossível afirmar nada, mas ter cautela em aceitar o ideário de um passado mítico.

Sobre a frequência do consumo na última década, apesar de não haver dados oficiais com este nível de desagregação, algumas informações colhidas em campo permitem observar que é especialmente característico de situações não rotineiras, como comemorações ou finais de semana. É possível observar de que modo, por exemplo, a preparação do acarajé se moderniza, como a venda de acarajés e abarás congelados pela empresa “Acarajé Express”<sup>20</sup>. Julgo este um ponto importante para descrever uma das possibilidades que justifiquem a possível redução da frequência do consumo da comida baiana. Já escrevera Caymmi: *“Todo mundo gosta de acarajé / O trabalho que dá pra fazer que é / Todo mundo gosta de abará / Ninguém quer saber o trabalho que dá”*. Com a menor dedicação de tempo ao trabalho doméstico, como aquele envolvendo o preparo dos alimentos e a delegação dessa função para a indústria, a alimentação é fortemente influenciada pelo que é ofertado nas gôndolas de supermercados, como as pizzas congeladas ou os “mineiros” pães de queijo. O acarajé congelado é invenção recente, do ano de 2008, e atesta a necessidade de adequá-lo às novas necessidades domésticas. A embalagem permite perceber as justificativas necessárias para os consumidores em um bolinho fabricado em escala industrial. Em primeiro lugar, a praticidade para o consumidor, que precisa apenas aquecer o produto para consumi-lo.

---

<sup>20</sup> Mais informações no *site* da empresa, através do endereço <http://acarajedabahia.com.br/>. Acesso em 08/07/2012.

O carimbo de “original” representa a importância da autenticidade para o produto, e a inscrição “De casa para casa” demonstra a necessidade de aproximar o produto do ideário da comida caseira. A empresa possui um balcão para venda no saguão de embarque do aeroporto da cidade, denotando sua atenção ao mercado de consumo dos turistas, que podem levar o produto para sua cidade de origem. Segundo o proprietário, sua produção alcança a marca de 35 mil acarajés por mês, entre o consumo de restaurantes e do consumidor final, que podem ter acesso em supermercados de Salvador e de outras dez cidades brasileiras<sup>21</sup>.

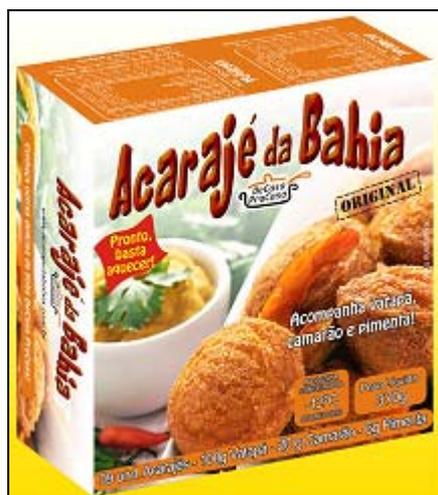


Figura 11 - Produto “Acarajé Express”. Fonte: [www.acarajedabahia.com.br/produtos.html](http://www.acarajedabahia.com.br/produtos.html). Acesso em 04/07/2012.

A criação e venda do produto “Acarajé Light”<sup>22</sup>, feito com cereais integrais e frito em óleo vegetal menos calórico, como o de girassol, é uma resposta às novas demandas da alimentação contemporânea.

Em relação aos restaurantes, um aspecto se destaca no consumo de comida baiana. Não é possível atestar quando este hábito teve início, mas o fato é que sexta-feira é dia de comer “comida baiana”. E esta oferta é parte do repertório de restaurantes denominados *self-service* ou “quilos”. Identificados marcadamente pela variedade de pratos e regionalidades que são servidos, podendo vender comida japonesa, especialidades italianas ou brasileiras, como a comida mineira ou carioca, todas no mesmo dia. Então, a proposta não é a de vender um produto específico, mas sua diversidade, de modo a atender mais paladares. É como se houvesse um dia reservado

<sup>21</sup> Informações extraídas de reportagem feita por uma emissora de televisão nacional, disponível em [http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=xSmsmuSKVws#!](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=xSmsmuSKVws#!). Acesso em 08/07/2012.

<sup>22</sup> Mais informações no *site* da empresa, através do endereço <http://gustnature.blogspot.com.br/>. Acesso em 08/07/2012.

na semana para a experiência do gosto baiano, em moquecas, vatapá, caruru ou xinxim de galinha, por exemplo. Vale destacar que é difícil determinar as razões da escolha deste dia, especificamente, mas é válido refletir sobre a importância de outra sexta-feira, a sexta-feira da Semana Santa Católica. Segundo os autores, em Salvador seria tradição o consumo de Caruru e Vatapá, por exemplo (Pinto Netto, 1986), o que pode ter influenciado a criação deste hábito.

O trabalho de campo preliminar que realizei nos restaurantes do antigo centro comercial de Salvador atesta esta oferta específica, em todos os restaurantes que oferecem este modo de serviço. O caso de um restaurante no Centro da cidade, dirigido por um coreano e sua mãe, que não falava português, é emblemático desta importância. Apesar de não partilhar dos aspectos da cultura baiana, em uma conversa informal o proprietário me explicou que, quando não vendia a “comida baiana” às sextas-feiras, o restaurante não recebia a mesma quantidade de clientes. E, por isso, havia entendido que precisava garantir a venda.

Ainda mais interessante é que a observação dos pratos dos comensais, neste período de pré-campo, durante as sextas-feiras, permitiu perceber que não se tratava de comer “puramente” a comida baiana. Havia salada no prato, eventualmente mesmo arroz com feijão. Mas, em sua grande maioria, os clientes consumiam uma porção de vatapá, ou caruru ou xinxim de galinha. Permitiu-me perceber que ainda que não da maneira idealizada pela propaganda turística ou por alguns estudiosos, a comida baiana, enquanto comida de azeite característica da região de Salvador e Recôncavo, persiste na alimentação dos moradores de Salvador.

Assim, o que se observa é que a chamada “comida baiana” permanece identificada pelo uso do azeite de dendê e das pimentas na contemporaneidade, ainda que a atividade turística e a criação de novos territórios de identidade pelo governo estimulem um processo de ampliação do que seria a identidade baiana. A distinção entre comida brasileira/internacional está fundada nestes dois ingredientes, a partir dos materiais analisados até este ponto. Ao mesmo tempo, deve-se salientar que a alimentação de moradores se transformou especialmente nas três últimas décadas, ainda que seja possível que o consumo da “comida de azeite” nunca tenha sido tão frequente quanto se alerta. O fato é que as campanhas nutricionais, alardeadas por médicos e revistas de dieta, por exemplo, tem um impacto sobre o consumo e o conteúdo da

“comida baiana”, considerada indesejavelmente calórica – mesmo Dadá, uma das guardiãs do saber-fazer da culinária baiana, usa o azeite de dendê apenas para dar aquele gostinho. De modo concomitante, em tempos de diminuição do tempo dispendido com a preparação das refeições, a comida reconhecida como “trabalhosa” tem um preparo menos frequente, ainda que não haja pesquisas que o possam comprovar.

É possível apontar que seu consumo, a partir das observações realizadas, se atém destacadamente às comemorações e aos finais de semana, de modo eventual. Mas, não é assim tão alarmante para os tradicionalistas: o hábito contemporâneo de comer fora de casa, cuja frequência está confirmada pelas pesquisas quantitativas, reforça a importância do fato de que existe um dia, semanalmente, em que a oferta de comida baiana está disponível em grande parte dos restaurantes da cidade: a sexta-feira. É possível que este consumo, de modo majoritário, apenas tenha sido transferido para a responsabilidade outra esfera de produção. Esta incursão preliminar nos permite demonstrar em que medida a “comida baiana” se mantém no cotidiano de moradores, ao mesmo tempo em que levanta questões que justificam seu significado “extraordinário”.

## **2 – 2 A pesquisa de campo**

### *a) Metodologia e técnicas de pesquisa empreendidas*

Para pensar o aporte metodológico para a pesquisa, parto inicialmente do conceito- instrumento proposto por Poulain (Poulain, 2006) de espaço social alimentar. O autor amplia a denominação proposta por Condominas (1980, apud Poulain, 2006) de “espaço social”, empregado para se referir ao espaço construído pelas relações entre os indivíduos, como um lugar de articulação entre o natural e o cultural. Trata-se de uma ferramenta metodológica que propõe a abordagem da alimentação a partir de seu caráter multidimensional: na articulação entre o fisiológico, o psicológico e o sociológico. A intenção é evitar possíveis determinismos culturais ou materiais comuns no tratamento do objeto, sem perder os dois aspectos de vista e a relação estreita que existe entre eles, bem como levar em consideração a relação entre espaço e tempo, e assim, o aspecto dinâmico e específico do objeto da pesquisa – o estudo é o do espaço social alimentar que constrói e é construído por um ideal de comida baiana. Mais do que determinar uma metodologia estrita utilizo este conceito amplo como um guia orientador para os

diversos passos da pesquisa, atentando para a complexidade de elementos de diversas ordens que estão sendo tratados e que precisam ser abarcados pela investigação.

O passo seguinte é operacionalizar a problemática do trabalho: como a comida baiana faz parte do plano ideal e do cotidiano? Trata-se de uma questão que investiga, em verdade, a interação no que se definiu como norma alimentar, como vimos no primeiro capítulo, na definição de um comer que seria autenticamente baiano, e hábito alimentar. A norma que orienta, a partir do apelo ao regional, ao autêntico e ao verdadeiramente popular, que analisamos até este ponto do trabalho, e o hábito, que é seu resultado concreto, acessada através da pesquisa de campo (Hernández; Arnáiz, 2005; Poulain; Proença, 2003). Vale destacar a dificuldade em apreender o hábito alimentar, que pode assumir um caráter apenas de declaração, ou ser comprovada pela observação, e ter em mente essa possível restrição é essencial para acessá-la. Assim, a pesquisa, fundamentalmente, busca compreender essa relação entre a comida cotidiana, como declarada por comensais e restaurantes, do hábito alimentar, frente à norma alimentar contida no ideal de comida baiana.

Assim, no primeiro capítulo, cumprimos a primeira meta da pesquisa, que consiste no trabalho de caracterização da imagem hegemônica e consolidada da comida baiana, recorrendo também à imagem de Bahia e do baiano – de caracterizar a norma. Até este ponto, compusemos uma imagem ampliada de Bahia, de um espaço social alimentar imaginado, composto de elementos distintivos como a paisagem, os moradores, a música, a comida.

A segunda faceta da investigação tem a ver com a dimensão dos comensais. De que modo estes indivíduos estabelecem uma relação com a comida idealizada? O empenho aqui é captar o consumo da comida e de seus símbolos, criando representações – dito de outro modo, é perceber o hábito alimentar declarado e o discurso atrelado. O grupo escolhido foi o de um pequeno grupo de comensais moradores da cidade de Salvador, que foram selecionados a partir de uma variedade de perfis: sexo, idade, bairro, nascidos em Salvador ou não. Era desejável que frequentassem alguns dos restaurantes escolhidos. O objetivo foi apreender os diferentes modos de lidar com a ideologia hegemônica em torno da comida, a partir de uma investigação sobre seus hábitos alimentares. Trata-se, então, de captar os possíveis cultivos, ou não, da identidade regional, a elaboração própria do que é ser baiano e/ou do que é baiano, a

partir da problematização do consumo de comida baiana, em casa e na rua – investigando especialmente o hábito de “comer fora”. A técnica definida foi a de empreender a entrevista semiestruturada, problematizando brevemente a história de vida do entrevistado. O intuito de investigar a história de vida tem a ver com o questionamento sobre a relação que pode se estabelecer entre identidade regional e alimentação, a partir da sua trajetória. A entrevista semiestruturada, por outro lado, combina perguntas abertas e fechadas, onde o entrevistador tem a opção de obter respostas diretas e o entrevistado tem a oportunidade discorrer sobre o tema proposto. Este passo da pesquisa se mostrou importante porque representa uma forma de desnaturalização ainda mais profunda à categoria de baianidade a partir da narrativa de outros moradores, como uma estratégia mais direta de estranhamento para mim, na posição em que ocupo – de ex-moradora da cidade, muitas vezes em situação de saudosismo da chamada “boa terra”.

E, por fim, trataremos dos restaurantes de comida baiana em Salvador, especificamente. A pesquisa se dedicou à compreensão da experiência da comida baiana e da experimentação da Bahia proposta por esses restaurantes. Assim, perscrutar o percurso completo oferecido, o espaço social alimentar específico construído em pequena escala - em suas mobilizações da comida “ideal” e de proposições para os hábitos “cotidianos”. Detalharemos este ponto mais à frente.

*b) Pesquisa de campo – conhecendo o espaço social alimentar soteropolitano e a narrativa dos comensais*

*b.1) O processo de ir à Salvador*

O trabalho de campo teve início antes de chegar a Salvador – no próprio deslocamento de avião<sup>23</sup>. Buscava perceber de que modo a narrativa sobre Salvador/Bahia tinha ou não impacto sobre aqueles viajantes, e como significavam este ideário. É assim que muitas das conversas que estabeleciam permitiam perceber a imagem paradisíaca da Bahia que esperavam encontrar – e o descanso e a liberdade que lhes proporcionaria. Além do mais, expunham seu conhecimento prévio sobre o local, mesmo que fosse sua primeira viagem. Um senhor se gabava de ter lido tudo sobre na internet, como forma de não ser enganado por algum tipo de falsário ou acabar em alguma atração “pega-turista” – o que reflete o tom pejorativo da coisa. Os diálogos

---

<sup>23</sup> Ao todo, foram realizadas oito viagens, no intervalo de setembro de 2010 e término em agosto de 2011.

ansiosos mencionavam os atrativos, como o extenso litoral de praias mansas da “Boa Terra”, a alegria e a natureza festiva de seu povo e uma ou outra piada sobre a preguiça dos nativos, que atraía irresistivelmente os turistas para um cochilo na rede.

Em um deles, pude registrar o medo da senhora à minha frente em experimentar a tal comida baiana. Tentando ser acalmada pela filha, que explicava sobre o “sabor único” da comida, ela argumentava que uma de suas amigas havia viajado para a capital baiana e, comendo um acarajé na rua, contraíra uma infecção intestinal. “É por isso que eu só vou comer barrinha<sup>24</sup>, minha filha!”. Outras conversas denotavam o medo de problemas gastrointestinais em virtude da ingestão da “comida baiana”. O acarajé, o bobó de camarão e a moqueca de peixe eram os pratos mais citados, quando se falava da comida. Por outro lado, ainda que menos frequentes, alguns viajantes conversavam sobre o desejo de comer um acarajé, inclusive um deles que manifestou a vontade de comer assim que chegasse ao aeroporto. “Assim, eu me sentirei finalmente na Bahia. Da outra vez que vim e não comi, foi como se não tivesse viajado pra lá”. Mas, em tom de ressalva: “eu sei que me faz mal, mas eu adoro”. Ficou somente a dúvida se ele falava sobre as calorias ingeridas ou a tal “maldição da Bahia”.

Nas viagens de volta à Brasília, os comentários versavam sobre a saudade que o lugar causaria. Um homem, em tom especialmente nostálgico, lembrava sobre suas viagens passadas à cidade e sua vontade de residir em Salvador. Afinal de contas, “nos outros lugares as pessoas são mal-humoradas, mas todo dia é dia de festa em Salvador”. E adicionava: “Eu já viajei para várias cidades nordestinas, mas a Bahia tem o meu coração”. O uso da categoria “Bahia” e não “Salvador” para tratar de características específicas da capital era muito comum. Uma das viagens me permitiu também observar uma senhora, mãe de duas crianças, que aparentavam ter entre sete e dez anos de idade. Contava para outra mulher em uma poltrona próxima sobre como não tinha permitido que seus filhos comessem o tal acarajé, justo porque eram crianças. “O estômago deles é muito sensível, é uma comida muito gordurosa, pesada”. O interessante é que antes, na sala de embarque, reparei que as crianças consumiam um lanche da rede *McDonald’s*, composto por hambúrguer, uma porção de batatas fritas e refrigerante. Vale destacar o conceito ambíguo de “gorduroso” utilizado pela senhora, denotando uma oposição entre o moderno e comum “McLanche Feliz” e um exótico “acarajé” em sua concepção. Em

---

<sup>24</sup> O diminutivo muito utilizado na linguagem coloquial para “barra de cereais”, um dos lanches defendidos pelos nutricionistas em uma prescrição de hábitos alimentares mais saudáveis.

um dos compartimentos de bagagem, um dos passageiros levava uma caixa feita de isopor com a identificação da marca de acarajés congelados.

O percurso de observação é seguido quando se chega ao aeroporto. Nos corredores que levam até as esteiras de restituição de bagagem, espaços destinados as mensagens publicitárias. Em uma das viagens, o primeiro mural foi preenchido com a frase “Ah, que bom você chegou!”, em letras grandes e coloridas, do clássico do carnaval “We are Carnaval”, de autoria do publicitário Nizan Guanaes. No saguão de desembarque, algumas mulheres negras em trajes de baiana do acarajé, com as tradicionais plaquinhas com o nome dos turistas que aguardam. O sorriso é reforçado toda vez que alguém se aproxima. Entre as lojas próximas, a rede “Tabuleiro – Magias da Bahia”, onde é possível adquirir kits “Bahia” de produtos alimentícios, contendo “cocadinhas da Bahia” (vide imagem), embaladas e amarradas com fitinhas do Senhor do Bonfim, unindo importantes signos da baianidade.



Figura 12 - Identidade visual da loja “Tabuleiro”. Fonte:

<http://www.tabuleirodabahia.com>  
Acesso em 23/06/2012.



Figura 13 - Produto da loja “Tabuleiro”. Fonte:

<http://www.tabuleirodabahia.com>  
Acesso em 23/06/2012.



Figura 14 - Produto da loja “Tabuleiro”. Fonte:

<http://www.tabuleirodabahia.com>  
Acesso em 23/06/2012.

Ao deixar o ambiente refrigerado do saguão de desembarque, a abertura das portas automáticas permite sentir a lufada de calor do lado de fora. Mas, além de imediatamente mais quente, o ambiente é impregnado por um cheiro muito característico. Em local próximo, uma baiana trajada a caráter frita os bolinhos de acarajé, com alguns fregueses ao seu redor. Enquanto observava as circunstâncias, um senhor se aproximou de mim com sua mala e quis puxar assunto. Ele me julgou imediatamente baiana, sem ao menos questionar, o que aconteceu durante a pesquisa muitas vezes. “Só os turistas são capazes de gostar desse acarajé mal feito, é claro que o aeroporto seria o pior lugar para comer um”. E, como se eu assentisse, ele logo me

contou que “acarajé mesmo era aquele que comia no Campo da Pólvora<sup>25</sup>”, feito só com o bolinho, o camarão e a pimenta. O acarajé vendido pela senhora, que incluía também vatapá e salada de tomates era considerado inautêntico. Para ele, uma verdadeira armadilha para turistas.

Em vista deste breve relato, é válido destacar o percurso de estímulos que trilham os passageiros que desembarcam no aeroporto. Visuais, sensoriais e mesmo sonoros em meses próximos a realização do carnaval. Dedicar atenção a este primeiro contato foi importante para consolidar a ideia de que a mercadoria identitária é formada por diversos elementos, e que era preciso estar atenta ao máximo possível, porque são partes importantes de um todo que resulta em uma mercadoria bem sucedida. O aeroporto deixa claro que o texto identitário está nos detalhes e na composição que formam. De modo análogo, foi possível perceber a nova demanda dos turistas, que não buscam mais as experiências estandardizadas oferecidas por agências de turismo, e que verdadeiramente evitam parecer ingênuos ou despreparados. Seu discurso refletia a necessidade de conhecer o roteiro de modo mais profundo, em busca do verdadeiro “popular”, “autêntico”. Necessidade que vai de encontro, por exemplo, a proposta do Ministério do Turismo. Ao mesmo tempo, a breve conversa com o senhor na saída do aeroporto desnudou a importante oposição entre nativos e turistas e a importância da valorização de memórias para a definição da autenticidade de um produto ou de uma experiência, reconhecível pelo tom nostálgico e irritado diante da corrupção do bolinho que fora tão importante em sua formação.

*b.2) Uma experiência “baiana” da comida baiana: os comensais soteropolitanos (ou moradores da cidade)*

Para dar conta da relação entre a comida imaginada e a real, é essencial dar voz aos comensais da cidade, ao se sentirem imbuídos de legitimidade para definir o que é “comida baiana” frente ao turismo de massa, por exemplo. A investigação de seus hábitos alimentares teve como foco compreender de que modo mobilizam o ideário de uma comida que chamam “baiana”, como na articulação que constroem entre o que consomem cotidianamente e o que recebe esta denominação. O objetivo foi o de levantar elementos sobre a relação dos indivíduos com determinados alimentos, como a frequência e as razões do consumo, a imagem construída sobre a comida baiana ou os

---

<sup>25</sup> Bairro antigo de Salvador, muito importante a partir do século XX. Contemporaneamente, faz parte do centro comercial decadente da cidade, com seus casarões antigos.

possíveis questionamentos sobre a autenticidade da comida, especialmente na relação de oposição entre nativos e turistas. Os entrevistados foram escolhidos dentro da rede de relacionamentos que possuo na cidade. A técnica qualitativa da entrevista foi escolhida e foram realizadas oito delas durante o processo – em virtude do espaço da dissertação, selecionei quatro das entrevistas que julguei mais relevantes.

De início, vale ressaltar que, no momento em que explicava o meu trabalho para possíveis entrevistados, a grande parte deles demonstrava seu interesse em tratar do assunto. Inclusive com alguns comentários imediatos, sobre a beleza da cidade, o quão “gostosa” e “singular” é a comida baiana, muitos conselhos sobre que restaurante visitar para provar a “verdadeira” comida baiana – o que, de partida, já reflete a ideia de que os moradores da cidade se empenham em divulgar seu próprio anúncio.

A primeira entrevista escolhida para a análise é de Márcio<sup>26</sup>, um rapaz de 23 anos de idade, estudante de Nutrição, classe média alta, morador de Salvador (do bairro da Pituba, já criticado por Antônio Risério por suas modernidades) há quase 20 anos – tendo nascido no Rio de Janeiro. Escolhido para entrevista por seu ponto de vista baseado nos estudos da área nutricional, Márcio descreveu sua alimentação que considera “regrada”, de alimentos pouco calóricos ou temperados, permitindo alguns excessos apenas em datas comemorativas. Ele não costuma comer em casa, alimentando-se em algum *self-service*. Mesmo quando come com familiares, eles vão até um restaurante geralmente de comida sertaneja<sup>27</sup>. Perguntado sobre a Bahia, o entrevistado utiliza adjetivos para enaltecê-la, como seu clima quente e a bela paisagem litorânea, a beleza de seus moradores, a diversidade cultural, a oferta de atrações para todos os gostos – um belo lugar para passar as férias. Sobre a comida, especificamente, se adianta para dizer que não gosta da comida baiana, mas que a respeita por seu conteúdo “cultural”: “[...] tem um impacto muito forte, grande parte de nossa cultura é a comida”. A justificativa para não gostar da comida é o uso do azeite de dendê. “Justamente por causa do azeite de dendê e outras gorduras que banham a nossa comida [...] Comida com caráter muito gorduroso, alto nível de lipídios, digestão difícil, não gosto. Nunca gostei”. É explícita a definição de uma comida leve como a comida de

---

<sup>26</sup> Os nomes dos entrevistados foram modificados para preservar o anonimato.

<sup>27</sup> Também conhecida pela denominação de cozinha nordestina, se refere à comida marcada por ingredientes como carne de sol, de bode, mandioca ou “manteiga de garrafa”. Evidentemente, sendo uma cozinha regional, sua definição é muito mais ampla e complexa do que esta definição apresentada, mas é um dos parâmetros para a definição de uma comida baiana: é a comida do interior da Bahia e, mais do que isso, pode ser considerada a comida do interior da região Nordeste.

preferência do comensal, através da definição da comida a ser evitada: “banhada” em gorduras, de difícil digestão e mesmo a menção à categoria muito usada pelos nutricionistas de lipídios, sendo a gordura um tipo destes<sup>28</sup>. Na definição de um rol de pratos da comida baiana, a caracterização permanece: “Primeiramente acarajé [...] a feijoada, as moquecas da vida [...] boa parte dos pratos com frutos do mar tem características baianas [...] na preparação usando muito azeite de dendê, muita gordura”. Seu discurso permite destacar a formação de um “gosto” da comida baiana baseado especialmente no azeite de dendê, que acha que tem de ser respeitada:

- Apesar de você achar que ela é gordurosa?

- Claro que sim. (...) Porque faz parte da cultura independente de como ela seja. [...] Ela podia ser super *light*, ou super gordurosa ou super vazia, ou super doce é como... querendo ou não, fazendo um paralelo aqui, o cachorro quente é quase como uma iguaria americana, é uma porcaria nutricionalmente falando, mas é... entendeu? Independente de como ela seja. Então, eu creio que se é caráter cultural, tem que ser independente de valor nutricional, ou seja lá o que seja.

Deste modo, o valor cultural para o povo baiano é considerado mais importante para o entrevistado do que o valor nutricional. E também porque é um atrativo para o turismo, afinal “é uma comida que evoca muito a questão cultural da Bahia, grande parte do turismo baiano é a comida baiana”. Vale destacar a relação importante entre cultura e turismo, como já observamos ao longo do trabalho. Em verdade, o uso do termo “turista” em diversas situações faz-nos pensar a importância da oposição entre “baianos e visitantes” na composição da identidade baiana.

A segunda entrevista selecionada foi feita com Carolina, senhora de 48 anos, moradora de Paripe, bairro do Subúrbio Ferroviário de Salvador<sup>29</sup>, da periferia da cidade. Nascida na cidade do Rio de Janeiro, mora em Salvador há 32 anos, onde casou-se e teve três filhos. Veio junto com o pai, que viera trabalhar no Pólo Petroquímico. Entrevistei-a em sua casa, uma construção de três andares em que cada andar pertence a uma parte de sua família - uma composição de moradia comum na periferia de Salvador. Escolhida para a entrevista por ser conhecida entre os amigos e familiares pela “comida baiana” que cozinha, a primeira impressão ao entrar em sua cozinha é a de

---

<sup>28</sup> São biomoléculas que armazenam grandes quantidades de energia, informação do entrevistado.

<sup>29</sup> Bairro de formação antiga, datada do século XVIII, mas constava apenas como um povoado à época. A produção industrial marcou seu processo de povoamento, como a instalação do Pólo Petroquímico e a indústria de cimento de Aratu, e até a década de 70, era local de veraneio de famílias soteropolitanas tradicionais, que possuíam casas de temporada. O termo “ferroviário” advém da ligação feita por trens de passageiros que realiza o trajeto entre outros bairros do Subúrbio, criado em 1860. Informações extraídas do *site* do bairro, Paripe.net, disponíveis em: <http://www.paripe.net/>. Acesso em 14/07/2012.

que ela cheira a coentro, uma das ervas que considera características da comida. Antes da entrevista, me forneceu receitas dos pratos que faz, e seu conteúdo me chamou atenção para os ingredientes do “tempero”, comum a todas as elas. Composto por camarão seco, gengibre, castanha, amendoim, pimentão, tomate, cebola, alho e coentro, Carolina explicou que esta pasta é a base para o “gosto” da comida baiana, junto com a adição posterior de azeite de dendê em todas as receitas. A afirmação sobre uma composição de temperos definidora de um “gosto baiano” merece ser destacada.

Começamos a entrevista com o detalhamento de sua trajetória de vida, marcada pelo cuidado de sua família e, assim, cozinhar sempre foi uma das atividades realizadas por Carolina. A entrevistada declara seu amor pela cidade onde mora, ao elencar elementos que justifiquem seu amor: “Gosto de tudo. O povo, especialmente, que é muito hospitaleiro, comunicativo, são alegres demais. [...] Você não acha em todo lugar a hospitalidade que você encontra aqui. O baiano é mais comunicativo, é diferente do carioca, do paulista”. E a comida tem um lugar especial, na medida em que é reconhecida como parte importante, em sua fala, mesmo fundamental da identidade baiana: “E gosto das comidas. Adoro a comida baiana [...] O que identifica realmente a Bahia é a culinária dela. Os quitutes, né”. Sua lista de pratos da “comida baiana” inclui:

O caruru. O caruru é uma comida baiana, o vatapá, a moqueca de peixe, porque tem a moqueca de outras regiões que não levam azeite, né, são totalmente diferentes, mas a moqueca baiana é muito gostosa [...] bobó de camarão também é muito gostoso. Acarajé, abará, é uma comida típica que você encontra até nas esquinas da Bahia pra você degustar.

Mas a “comida baiana” não é a comida considerada cotidiana dos baianos, como respondeu a pergunta feita por mim, um pouco incomodada, porque “nós não comemos azeite direto<sup>30</sup>, não comemos moqueca, essas coisas assim, comemos outras coisas, outros pratos típicos de outras regiões, não só a comida baiana”. Como se comer apenas a comida de azeite fosse uma atitude provinciana, havendo tantas outras opções. Ao mesmo tempo, quando questionada sobre a frequência de seu consumo, Carolina ri.

Toda hora, quer dizer, todo fim de semana [...] Eu faço direto. E o pessoal aqui em casa é tudo viciado em comida de azeite. Na comida baiana, né. Aí eu faço direto. Às vezes até, festa da minha filha, tem que ter caruru, porque nasceu no dia de Santa Bárbara<sup>31</sup> [...].

E come com mais frequência a comida que ela mesma faz, que é muito boa, diz, com orgulho na voz. Aprendeu “olhando”, enquanto fazia um curso de estética no

---

<sup>30</sup> “Direto” significa “com frequência”.

<sup>31</sup> “Santa Bárbara” é a figura sincrética no catolicismo que corresponde a orixá do candomblé “Iansã”.

SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), e assistia a aula de culinária que era ministrada em uma sala próxima. Carolina declara ser católica, mas simpatizante da Umbanda, religião que sincretiza elementos das religiões afro-brasileiras, religiosidade indígena, catolicismo e espiritismo. Ademais, se empenha em fazer uma pequena digressão sobre a origem da comida baiana, baseada em uma reportagem de revista que leu. Para Carolina, os ingredientes advêm dos hábitos alimentares dos escravos – o que se percebe é uma tentativa da entrevistada de afastar uma possível responsabilidade do Candomblé na criação da comida baiana, como é comum afirmar. Para ela, é uma definição complexa, porque “tem muita coisa que a gente não sabe, na verdade, de onde vem a origem da comida baiana. Mas veio dos escravos, da cultura escrava. Não veio do Candomblé”.

Em tom de anedota, Carolina também me contou sobre os parentes de outros estados que vem comer a comida baiana:

Os baianos daqui tão acostumados. Mas quando vem alguém do Rio, ‘Bote pouco dendê que eu não tô acostumada, pra não dar piriri<sup>32</sup>’ (risos) As primas de meu marido de São Paulo, são loucas por dendê. Mas toda vez que come diz que dá dor de barriga. Mas são viciadas, principalmente no acarajé. Mas eu acho que cabe de experimentar pra ver se vai de passar mal ou não. Mas é bom. Eu acho que mal não faz, né? Às vezes já tá até na cabeça da pessoa, que já come dizendo que faz mal e faz, né?

Ser um hábito “de costume” significa que não é de imediato que o comensal consome a comida baiana – é preciso tempo, treino. Mas vale destacar sua ressalva, ao afirmar que é uma questão individual e que é importante, principalmente, não comer acreditando que algo vai acontecer. E sua menção a esta postura reflete a necessidade de evitar esta pré-disposição dos viajantes.

Por ser responsável pelas tarefas da cozinha e trabalhar em casa, Carolina não costuma comer fora com frequência. Mas, quando sai para comer comida baiana, gosta de ir até “Boca de Galinha”, um restaurante que fica no bairro de Plataforma, na região do subúrbio, que será apresentado mais a frente. Carolina diz que gosta deste restaurante porque a comida é muito saborosa, e os funcionários são muito atenciosos.

A terceira entrevista selecionada foi realizada com Andressa, de 47 anos, classe média baixa e soteropolitana. A entrevistada trabalha como cuidadora de idosos, é

---

<sup>32</sup> “Piriri” é um termo da linguagem coloquial que significa “diarreja”.

casada, tem dois filhos e mora no bairro de São Cristóvão<sup>33</sup>. Escolhi entrevista-la porque, quando soube da temática do meu trabalho, havia me contado que comia a comida baiana com frequência quando era mais jovem, sob influência de sua avó que fazia parte do Candomblé. Ademais, trabalhava como assistente de cozinha em restaurantes de Salvador, e que o aprendizado culinário com a mãe e a avó haviam sido importantes. A entrevista iniciou-se com a descrição de seus hábitos alimentares na infância, quando o que mais comiam era arroz e feijão.

Era muito isso, viu? Feijão lá em casa não podia faltar de jeito nenhum. [...] A gente foi criado assim, comendo feijão, cuscuz de manhã. Cuscuz, minha filha, todos os dias tinha que ter cuscuz. Meus pais são do interior da Bahia.

Mas Andressa também destacou o consumo do que chama de comida baiana, por intermédio da avó materna, que fazia sempre no feriado católico da Sexta-Feira da Paixão. “Era assim, fundamental. Essas comidas... era frigideira de bacalhau, peixe, caruru”. Mas, ainda mais característica foi a contribuição da sua avó paterna.

Era da seita do Candomblé, ela fazia muito caruru, essas comidas. Aí no caruru dela tinha pipoca, tinha cana, tinha tudo [...] Toda sexta-feira ela procurava fazer um pouquinho [...] Ia em São Joaquim. Aí comprava aquelas coisas todas e fazia aquele pouquinho de caruru. Mas sempre ela sempre tava fazendo.

Percebe-se o destaque à importância da ligação de proferir a religião afro-baiana, no caso, o Candomblé, e a frequência da produção e do consumo do caruru, por exemplo, considerado um prato da comida baiana. Mas não se tratava apenas de um hábito de oferenda aos santos em uma data comemorativa, mas também um consumo semanal, às sextas-feiras – como nos restaurantes “*self-service*” da contemporaneidade. A visita frequente à Feira de São Joaquim, a maior feira livre de Salvador, é bastante emblemática. Criada em 1960, após a queima da maior feira livre da época, o espaço é conhecido como ponto de venda popular de ingredientes da culinária baiana e outros produtos da cultura negra, como folhas medicinais, temperos e objetos ligados ao Candomblé, como contas, vasos de cerâmica, vestimentas, animais para sacrifício e imagens de orixás – muitos deles advindos de cidades do Recôncavo. Frequentada pelas classes mais pobres em virtude de seus preços reduzidos e localização, está em processo

---

<sup>33</sup> O bairro fica no limite de Salvador com o município de Lauro de Freitas, que é parte da Região Metropolitana de Salvador. A localidade se expandiu com a construção da pista do Aeroporto da capital. Informações extraídas de: [http://www.culturatododia.salvador.ba.gov.br/vivendo-polo.php?cod\\_area=4&cod\\_polo=64](http://www.culturatododia.salvador.ba.gov.br/vivendo-polo.php?cod_area=4&cod_polo=64). Acesso em 17/07/2012.

de reforma com apoio financeiro do Ministério do Turismo<sup>34</sup>. Percebe-se o profundo respeito na voz da entrevistada.

- Dedicava a comida ao santo. Essa comida ela fazia pra gente, pra todo mundo, aí a família toda ia pra lá, comia, fazia aquele samba todo. Mas na verdade ela tinha os santinhos que era Cosme e Damião. Acho que era de um tio nosso que faleceu e aí ela prometeu. Aí ela fez uma promessa e ela ficou dando, sempre. Sempre ela dava. Se eu fechar o olho agora eu consigo ver ela cozinhar, de saião grandão.

- E aí você aprendeu com ela?

- Ah, aprendi. Aprendi na verdade o caruru, que ela botava todo mundo. Tanto eu quanto minha irmã [...] sempre tava lá com ela, fazendo as coisas, ajudando. Cortando o quiabo e tinha que cortar bem miudinho, se cortasse grande ela botava pra cortar tudo de novo. Aí queria que cortasse bem miudinho, ralar gengibre. Aquelas coisa toda. Ralar castanha, passar castanha no liquidificador, tudo direitinho. [...] Aí você salva aquilo tudo, a castanha do caju. E aí pronto, fazia de tudo um pouquinho. [...] Começou com o pessoal de casa, quando começou a vir gente de fora eu tinha uns doze anos. [...] Ficava assim, o caruru... era um caruruzinho que virava um caruruzão, sabe?! Ela fazia primeiro pra sete meninos e a gente dentro de casa. Aí depois foi crescendo, crescendo, crescendo. Quando ela faleceu é que parou.

A fala da entrevistada permite perceber a relação entre a comida religiosa e a sociabilidade do grupo. O momento de feitura da comida de oferenda aos santos é também o momento de reunião da família e dos amigos, para uma divisão das tarefas envolvidas na confecção dos pratos. A descrição de Andressa também permite perceber o volume de trabalho envolvido na confecção dos pratos. Ademais, reflete a frequência cotidiana do hábito de consumir a comida que denomina baiana, em virtude da avó ligada ao Candomblé que sempre fazia um pouco às sextas-feiras. Há também o destaque de alguns ingredientes principais, como a castanha, o gengibre e o camarão seco, e também das formas antigas de feitura, como o pilão de pedra.

Na definição de Andressa, comida baiana é “tudo que vai dendê”. Mas tem suas ressalvas, como o feijão branco e a cocada. Para ela, comida baiana “é isso, é caruru, vatapá, mugunzá, arroz doce, entendeu? Pipoca, cana. Tem um caruru de Oxóssi que coloca banana frita, bota chuchu cozido”. O que se observa, fundamentalmente, é que sua definição de comida baiana se aproxima da comida que é definida como dos orixás do Candomblé.

Sua fala também ressalta a importância dos ensinamentos da avó e da mãe no âmbito doméstico para exercer suas atividades nos restaurantes em que trabalhou.

---

<sup>34</sup> Uma parte da feira já foi transferida para um galpão próximo, para que as obras tenham início. Para mais informações, consultar: <http://www.comunicacao.ba.gov.br/noticias/2012/01/24/nova-feira-de-sao-joaquim-agrada-a-comerciantes-e-fregueses>. Acesso em 17/07/2012.

Ajudou porque na verdade restaurante se você chegar com um pouquinho de prática facilita mais pra você. Que lá eu também trabalhava com peixe, moqueca de peixe. Peixe também, lá em casa sempre tinha. [...] a gente vê fazendo e já aprende mais. Eu também gosto muito de galinha de xinxim. Amo. E ela fazia muito bem. [...] Ela fazia também muito sarapatel. Que é os miúdos do boi, sabe? Aí fazia, cortava tudo miudinho. Meu avô também, ele matava porco [...] tratava aquele porco todo, coxão ia vender, era toucinho pra um lado [...] fazia meninico de carneiro.

Em seus exemplos, três pratos são comumente mencionados como parte do repertório da comida baiana: a moqueca de peixe, o sarapatel e o xinxim de galinha. Com o falecimento de sua avó e seu afastamento das atividades do terreiro, a produção e o consumo dos pratos da comida baiana foi reduzido. Ademais, Andressa mudou de área de atuação profissional, com a justificativa de que o trabalho nos restaurantes era “muito pesado”. “É bem poucas vezes. Só sexta-feira santa ou de vez em quando assim, um peixe, uma moqueca de arraia, é bom acompanhar um caruruzinho, uma coisa assim, bem... mas não direto”. Conta que sai raramente para comer fora, mas quando o faz, seu prato preferido é o sarapatel, que “não deixa de ser comida baiana”. Costuma frequentar as barracas do mercado de Itapuã com a família, de comércio de caráter extremamente informal, que costumam vender “comida baiana” às sextas-feiras.

A quarta entrevista selecionada foi feita com Luana, moradora de Salvador há catorze anos, casada, mãe de três filhos, classe média baixa, 47 anos. A entrevistada é oriunda de Belém, no estado do Pará, mas seu marido, de ocupação militar, fez com que a família se mudasse para Salvador. Conheci-a durante um ritual do Candomblé, denominado saída de santo<sup>35</sup>, em que se tornou filha de Yemanjá<sup>36</sup>. Em uma parede, a inscrição que denotava o registro da casa<sup>37</sup> descrevia suas características principais, afirmando que existia “[...] para contribuir com a cultura do Estado”. Esta tarefa de contribuição que assume, explicitamente, é muito emblemática da importância da disseminação do anúncio da baianidade. Sua incursão nos preceitos da religião e o fato de ser de outro estado, especialmente do Pará, foram as características que influenciaram sua escolha. A entrevista com Luana ocorreu em seu apartamento, no bairro Engenho Velho de Brotas, um dos mais antigos de Salvador. Em uma sala pequena, as figuras dos Orixás estão nas prateleiras, enquanto Jesus Cristo orna um

---

<sup>35</sup> “Saída de santo”, ou “saída de iaô”, designa a cerimônia de iniciação ao Candomblé, representando o momento de nascimento de um orixá e de seu filho. É parte do processo de fazer o “santo”, que inclui a reclusão, a raspagem dos cabelos, a saída do orixá e o período de recolhimento após a cerimônia.

<sup>36</sup> Terreiro Ilê Axé Okutainã.

<sup>37</sup> Um mapeamento profundo dos terreiros de Salvador, com 1165 registrados, pode ser encontrado em: <http://www.terreiros.ceao.ufba.br/>. Acesso em 24/07/2012.

calendário e um quadro emoldura um pôster de Maria de Nazaré. Luana começou a fala com uma explicação detalhada sobre a sua trajetória religiosa, ao deixar a casa de Umbanda que dirigia em Belém e passar a frequentar o candomblé, após um longo processo de aproximação. Após o processo, ela se sente diferente: “É como meus irmãos [do candomblé] dizem: eu sou a branca mais negra que eles já conheceram na vida deles”. O processo de transmutação da branca em negra, aos olhos daqueles que partilham a mesma crença religiosa, é especialmente interessante, como parte do processo de iniciação ao candomblé e, arriscaria dizer, mesmo da baianidade.

A “comida baiana”, para Luana, é a comida feita no candomblé – religiosa e de raiz afro. Mas, não só. O conteúdo da entrevista reflete o fato de que sua definição de “comida baiana” se estabelece entre os parâmetros da comida paraense e a comida de santo. Para falar do que define como “comida baiana”, Luana descreve as versões do caruru e do vatapá paraenses, que não contêm ingredientes como amendoim e castanha. No caso do vatapá, não costuma levar dendê. Para a entrevistada, as diferenças são sutis, mas estão fundamentalmente no uso de especiarias e pela quantidade de dendê contido na comida baiana. A entrevistada contou que, quando chegou a Salvador, “estranhou a comida”.

Aqui todo mundo gosta de comida baiana, mas demorou pra aprender e pro organismo se adaptar. A primeira vez que eu comi um caruru, eu tive uma dor de barriga horrível porque não tava acostumada com dendê. Provei o acarajé [...], não entrou. [...] Só que, quando eu passava, aquele cheiro me atraía, sabe, aquele cheiro bom, aquele óleo. Aí eu comecei a distinguir o cheiro do óleo bom, fresco, novo e o cheiro do óleo já fervido, guardado [...]. Agora tá massa [...] Muita coisa que eu não conseguia comer, eu já como com mais tranquilidade assim. Já parece assim que nunca... que eu sempre gostei, a minha vida inteira.

Assim como Carolina, entrevistada acima, Luana também afirma que se trata de uma adaptação do organismo à comida baiana, como uma questão mais biológica. É possível perceber que tem a ver, especialmente, com o consumo do azeite de dendê. Mas o cheiro do mesmo azeite a atraía, o que a incentivou a consumi-lo. Após algumas tentativas, acabou por se acostumar e “aprendeu” a gostar, assim como o resto de sua família paraense. Ela diz que está em processo de aprendizado para a feitura dos pratos da comida baiana, em função de suas novas atribuições no terreiro de candomblé:

Eu vou aprender agora. Porque com a minha convivência na roça, eu vou ter que aprender a fazer a comida baiana. Tem que aprender. Tem que aprender a fazer o acarajé, a fritar, mesmo ele com a massa pronta, porque quando tem festa de Iansã, a gente serve os acarajés pra todo mundo comer, o bolinho. É tudo produzido na roça, não vai nada comprar fora [...]

Assim, torna-se explícita a definição de uma “comida baiana” em analogia à “comida de santo”, quando o acarajé se torna comida da orixá Iansã, por exemplo. E como é importante, enquanto uma das obrigações religiosas, aprender a fazer os pratos.

Mas, ainda assim, é possível observar também que todos os pratos típicos de que trata – baianos ou não – são parte de um consumo alimentar que não é cotidiano. Tem a ver especialmente com uma cerimônia religiosa, no caso da “comida baiana”, ou de uma ocasião especial, no caso da preparação de uma comida “paraense”. A comida da família se baseia em: “Todo dia tem que ter feijão. Todo dia. Senão, o marido reclama. Feijão, macarrão. É prato de pedreiro. É pedreiro mesmo. É macarrão, farinha, é assim, desse jeito. Pimenta”. Sua fala reflete a ideia de que pratos como feijão, farinha e macarrão integram o cardápio dos trabalhadores de baixa renda brasileiros, mas não se envergonha de um consumo alimentar que é semelhante. Pelo contrário, seu tom reflete o orgulho que sente de fazer parte de um grupo mais amplo – arriscaria mesmo dizer de partilhar um hábito alimentar que é propagado como típico de uma classe mais pobre e digna no Brasil.

### c) *Restaurantes*

De modo a embasar o percurso da pesquisa, exponho uma pequena análise sobre o processo histórico de composição dos restaurantes e do hábito de comer fora.

Os primeiros registros sobre o comer fora de casa antecedem – e muito – nosso século. No caso de Salvador, como vimos, há o destaque sobre a importância do comércio de alimentos já prontos nas ruas comerciais desde o século XIX (Mattoso, 1992). A palavra “restaurante”, de uso corrente contemporaneamente para designar estabelecimentos que vendem comida, surge de um termo cunhado no século XVI. O termo advém do francês *restaurant*, que designa um caldo que restaura, vendido à época para curar doentes, e de seu derivado *restaurater*, as pessoas habilitadas a prepararem os *restaurants*. As “salas de *restauraters*” eram espaços para consumir este caldo restaurativo. Estes espaços darão origem aos restaurantes como os conhecemos contemporaneamente. “Em sua forma inicial, portanto, o restaurante era um lugar em que se entrava não para comer, mas para se sentar e, debilitado, sorver um *restaurant*” (Spang, 2003, p. 12). Diferiam das estalagens e casas de pasto por possuírem mesas individuais e horários livres para o consumo do caldo. Há um debate sobre como assumiram importância, alguns estudiosos definindo sua causa na Revolução Francesa,

seus revolucionários sem-cozinha e *chefs* desempregados pela queda dos aristocratas franceses, mas o fato é que, na década de 1820 estavam estabelecidos os restaurantes com um formato similar a que conhecemos hoje, “com seus cardápios em quatro colunas, comensais confusos e garçons de polidez estável” (op. cit., p.12), ironiza. E se tornarão uma marca de Paris, para estudiosos e políticos oitocentistas e os turistas que visitavam a cidade. Os estabelecimentos franceses representavam um espaço de convivência e diletantismo, tornando-se signos da suposta superioridade da culinária francesa. É deste modo que se tornarão parte do repertório da modernidade no século XX, como hábito europeu a ser seguido.

O que se verifica é que a alimentação fora de casa é uma prática que antecede a modernidade alimentar. Porém, o hábito apresenta peculiaridades na contemporaneidade, na quantidade de adeptos e em seu vínculo frequente com uma dimensão de entretenimento do comensal. E, sendo uma atividade de consumo, comer fora é uma representação do gosto, da distinção e do status dos grupos de comensais em espaços diversos (Warde; Martens, 2000). À diversificação de ofertas e composições de estabelecimentos destinados à alimentação fora de casa está atrelada a ideia de escolha, de liberdade e de controle pessoal no imaginário do comensal. Não se trata apenas de uma variedade de restaurantes, mas também da consolidação de um sistema de serviços na contemporaneidade que permite a construção individual de escolha do comensal sobre aquilo que vai consumir. Os restaurantes tipo *self-service* ou *buffet*, provenientes dos Estados Unidos, por exemplo, permitem que o consumidor escolha individualmente aquilo que deseja consumir. No âmbito doméstico, a escolha não ocorre do mesmo modo, e ter escolha é uma situação inédita na história da alimentação (Poulain, 2006) – ainda que não seja total e dependa das condições de produção. Ademais, a popularização dos restaurantes incentiva sua diferenciação, e como resultado temos uma ampla oferta de tipos de serviços diferentes, como o “à la carte”, o *self-service* ou o rodízio; ou de comidas rotuladas, como os restaurantes étnicos, italianos, franceses, mexicanos, brasileiros, paraenses ou de comida baiana, e ainda restaurantes naturais, de *fast-food*, vegetarianos ou de comida caseira.

Em uma pesquisa feita na Inglaterra, Warde e Martens analisam os significados associados à alimentação fora de casa. É assim que, quando perguntados sobre o significado de “comer fora”, os entrevistados apresentaram algumas acepções comuns. A primeira delas, de modo evidente, é a de que o hábito de comer fora está atrelado,

necessariamente, à separação espacial entre a esfera doméstica e a rua. O hábito também está relacionado ao trabalho envolvido na preparação do alimento, uma vez que “comer fora” significa comer algo preparado e servido por outros – uma liberação em relação a estas atividades. O terceiro significado apontado na pesquisa menciona a necessidade de existência de uma atividade comercial na prática, ou seja, “comer fora” seria consumir algo em troca de determinada quantia de dinheiro. Os entrevistados também reconhecem a dimensão de sociabilidade envolvida no comer fora, entre os entrevistados que acreditam que a alimentação fora de casa representa um canal para estar com amigos e parentes. A ideia de comer fora como atividade na comemoração de uma ocasião especial é o quinto significado apontado pelos entrevistados. Tendo estas indicações em mente, vale pensar em que medida os restaurantes abarcam ou tentam abarcar estas expectativas.

Para caracterizar um pouco mais o contexto brasileiro podemos mencionar a recente pesquisa *Brasil Food Trends 2020*, realizada por um importante grupo industrial em parceria com um instituto especialista em alimentação, buscou antever as tendências do consumo alimentar no país. A partir de uma análise dos especialistas sobre os aspectos da vida contemporânea, como o crescimento e envelhecimento da população, a maior quantidade de mulheres no mercado de trabalho e o maior acesso à informação, foram definidas cinco tendências amplas do consumo brasileiro na próxima década. Entre elas, a importância de aspectos de “Sensoriabilidade e prazer”, como o consumo de produtos *gourmet* e étnicos; “Saudabilidade e Bem-estar”, nos produtos *light/diet/zero* açúcar ou enriquecidos com vitaminas; “Conveniência e Praticidade”, nos pratos prontos ou congelados; e a quarta tendência, formada pela “Confiabilidade e Qualidade” e “Sustentabilidade”, como os produtos com garantia de origem ou com selos ambientais. A pesquisa denota a organização do setor na tentativa de prever as demandas de consumo alimentar do mercado, que se estende aos restaurantes.

Um posicionamento histórico sobre a popularização do hábito de comer fora no século XX se faz necessário. Evidentemente, para a maioria da população ocidental, a refeição feita em âmbito doméstico era a principal forma de alimentar-se dos indivíduos. Warde e Martens definem que o processo de popularização da alimentação fora de casa ocorreu na Inglaterra no final da década de 1950. Em relação ao contexto do brasileiro, estudiosos da alimentação contemporânea acreditam que o impacto sob a alimentação doméstica ocorreu no mesmo período – antes, o hábito de “comer fora” em

restaurantes era restrito aos indivíduos mais ricos. Os estudos de Janine Collaço analisam, em parte, este período de modificação dos hábitos alimentares brasileiros, que caracteriza como um resultado do processo de industrialização, de incorporação da mão de obra feminina no mercado de trabalho e a aceleração do ritmo de vida urbano, que não permitia mais o retorno a casa para a tomada das refeições (Collaço, 2007). Caracterizando a construção de um espaço para a alimentação fora de casa no país, a autora traça um pequeno histórico da expansão dos estabelecimentos destinados a atender outros segmentos da população. Collaço aponta para o pioneirismo dos *fast-foods*, como o Bob's, destinado a atender famílias de classe média. Também já existiam os bares e lanchonetes que serviam refeições a baixo custo, como a modalidade de “prato feito”<sup>38</sup>, destinadas aos trabalhadores de baixa renda. Em seguida, na década de 1970, com a construção dos primeiros *shoppings-centers*, temos a introdução de diversos restaurantes oriundos do exterior, em captações do “*american way of life*”, dando continuidade ao processo de modernização do país, mas agora a partir de outros parâmetros. Entre os quais, o mais conhecido, a cadeia *McDonald's*, que abre caminho para outros estabelecimentos de comida rápida. É desta década também o surgimento dos primeiros restaurantes de comida vendida por peso, conhecidos vulgarmente como “quilos”:

estes estabelecimentos espalharam-se rapidamente pela malha urbana, fornecendo refeições para o público que não possuía disponibilidade de tempo e necessitava alimentar-se, de preferência rapidamente e com baixo custo, sendo, inicialmente, a grande maioria de sua clientela proveniente de pessoas que trabalhavam fora de casa (op.cit., p.81).

Para uma análise sociológica sobre os sentidos envolvidos no hábito de comer fora no Brasil, as contribuições de Roberto Da Matta sobre a construção dos conceitos de casa e rua no imaginário brasileiro são de grande valia. Segundo o autor, existe no país uma partição bem rígida do símbolo pertencente ao ideário da “casa”, vinculado a sensações como a calma, o repouso, a estabilidade, a hospitalidade e o carinho e a representação da “rua”, vista como instável, fluida, desconhecida e perigosa (1997). E estas interpretações estariam refletidas na alimentação dentro ou fora de casa. Em verdade, julgo que as observações sobre a importância do hábito de comer fora atrelados a uma dimensão do entretenimento ou do prazer mostram como esta relação da casa e

---

<sup>38</sup> Vulgarmente conhecido como PF, o prato feito consiste em uma porção de comida que combina ingredientes pré-determinados, sem possibilidade de escolha ao consumidor e montado por outra pessoa. É bastante comum em restaurantes populares, considerado como uma alternativa de baixo custo destinada a comensais das classes mais baixas.

da rua o Brasil tem se tornado mais flexível. No entanto, julgo que este ideário de oposição tem um impacto sob a conformação das mercadorias dos restaurantes, que buscam se aproximar da “comida caseira”. Por ora, vale destacar apenas o valor do espaço para os hábitos alimentares, para entender de que modo esta mudança ocasionada pela expansão da alimentação fora de casa poderia operar no imaginário brasileiro, especialmente em décadas anteriores.

Um estudo sobre restaurantes mineiros do tipo *self-service* elucidava o processo de modificação do público que frequentava os restaurantes (Abdala, 2007). Segundo a autora, ao grupo que se alimentava fora de casa na década de 1950, composto principalmente por trabalhadores e estudantes, é agregado um expressivo contingente de famílias, a partir do final da década de 80. Este novo grupo de comensais que, em sua maioria, não come fora de casa apenas pela mera necessidade, denota uma motivação possivelmente nova com o hábito de comer fora. Para a autora, é um novo intermédio entre a casa e a rua: “Outro espaço veio ocupar o lugar da casa, assumindo simbolicamente algumas de suas características, tornando-se uma extensão da cozinha doméstica” (op.cit., p.100). Este ponto é importante para compreender uma das maneiras pelas quais a alimentação fora do domicílio encontra meios de se legitimar para atrair o núcleo familiar, que permanecia atrelado ao ambiente doméstico, uma vez que os caracteres da casa podem ser encontrados na rua. Entretanto, não se trata apenas de buscar os elementos caseiros em restaurantes fora de casa – a variedade da oferta de alimentos, por exemplo, é importante na medida em que representa alternativa além da cotidiana, como exposto pelos frequentadores durante a pesquisa nos restaurantes mineiros. Os estudos de Rosa Diez-Garcia sobre as práticas alimentares na cidade de São Paulo identificam a transferência de elementos predominantemente domésticos para o convívio da “rua”. A afetividade é um deles. Deste modo, “As pessoas geralmente preferem sair para comer acompanhadas por aqueles que têm maior ligação afetiva, valorizam a comida caseira e criam vínculos nos lugares onde habitualmente fazem suas refeições” (Diez-García, 1997, p.458), como com garçons ou donos.

Tendo este panorama histórico sobre a consolidação dos restaurantes no Brasil e no mundo e a relação que estabelecem entre a “casa” e a “rua”, vale tratar do conceito de “mercadoria” que busco mobilizar para analisar os restaurantes. Este conceito não se restringe à designação habitual nas ciências sociais, que é marcada pelos estudos marxistas. De acordo com a abordagem clássica, as mercadorias seriam produtos do

trabalho humano dotados de duplo valor: o valor de uso, traduzido pela utilidade do objeto para outros indivíduos; e o valor de troca, que consiste na quantificação da propriedade que um determinado bem tem de servir como objeto de troca por outro produto (Marx, 2000). Entretanto, julgo que o uso desta definição, ou de outras variantes pautadas nesta mesma lógica, dificulta o entendimento da mercadoria tratada nesta dissertação. Isso porque está atrelada a um significado fortemente econômico, que não permite antever, de modo claro, a influência de outros elementos na formação das mercadorias. Julgo ser necessário buscar uma definição mais ampla e contemporânea para pensar a mercadoria alimentar de cunho cultural e regional.

Neste sentido, o antropólogo Arjun Appadurai busca compreender o ciclo de produção, troca, venda e consumo de mercadorias partindo de uma perspectiva atenta aos aspectos socioculturais envolvidos no processo. Afirmam que a transformação de um objeto em mercadoria é um processo cultural e cognitivo, antes de puramente econômico, ou seja, seu valor material está pautado em construções de outra ordem, que são responsáveis por lhe conceder o rótulo de mercadoria por determinado grupo.

Sua obra examina o processo de construção de valores das mercadorias (1986). A proposta é analisar as coisas que estão sendo trocadas, mais do que o processo de troca em si, para perceber que valores estão em jogo e como estão relacionados com outros aspectos da vida social, por isso “mercadorias, como pessoas, tem vidas sociais” (op.cit., p.3, tradução minha). A partir de uma leitura da obra de George Simmel (Simmel, 1978), o autor extrai uma definição de valor econômico que julga mais adequada: o valor não é uma propriedade intrínseca do objeto, mas um julgamento sobre ele realizado por sujeitos. A troca de objetos não é resultado de sua valoração, mas sua fonte. Analisando os escritos marxistas, Appadurai critica especialmente a relação de tipicidade da mercadoria com o processo de produção capitalista e sua relação estreita com o dinheiro, considerando esses dois aspectos como limitadores para a análise da complexidade da mercadoria. Ao mesmo tempo, o autor entende que Marx estava preso em dois elementos característicos da epistemologia de sua época: a análise da economia apenas a partir dos aspectos da produção; e a visão da produção de mercadorias como um movimento histórico, unidirecional e evolucionário. Partindo das limitações da teoria marxista, propõe sua própria conceituação de mercadoria, que supere estes pontos: “o termo mercadoria [...] se refere à coisa que, em uma determinada fase em sua trajetória e em um contexto particular, preenche os requerimentos de candidatura à

mercadoria” (op.cit., p.16, tradução minha). Não se trata de uma distinção entre um tipo de objeto e outro, mas num período na vida de algumas coisas em que elas podem ser trocadas. Um objeto pode ser considerado mercadoria em determinado momento ou em um grupo social específico e não possuir valor econômico em outro período ou contexto social. A mercadoria, assim, representa uma complexa intersecção entre elementos temporais, culturais e sociais. E é este conceito de mercadoria que considero adequado para uma análise da mercadoria cultural dos restaurantes de apelo identitário e seus consumidores. Por um lado, para pensar a manipulação de técnicas, ingredientes e símbolos de uma determinada cultura alimentar, que tem êxito em persuadir os consumidores com essa mercadoria. E também para analisar a relação dos comensais com a comida baiana oferecida por esses restaurantes. O uso do termo “mercadorização” (commoditization) neste trabalho remete também ao trabalho de Appadurai, como forma de ilustrar a mercadoria como processo, como um resultado possível da intersecção de elementos históricos, econômicos, sociais e políticos.

Outros pontos de sua obra são interessantes para pensar a conjunção de fatores que produzem a mercadoria analisada aqui. Segundo Appadurai, algumas sociedades podem apresentar um grau de mercadorização comparativamente mais elevado que outras. É o caso das sociedades capitalistas, em que grande parte dos objetos e símbolos é passível de ser transformada em mercadoria – consideração que é importante para pensar que tipo de elementos permite a mercadorização de ideários étnicos. Outra análise que se destaca em seu estudo trata da relação de conhecimento envolvido na construção das mercadorias. Appadurai aponta para o fato de que a mercadoria implica em dois tipos de conhecimento: o conhecimento sobre a produção do objeto, seja técnico, social, estético ou outro tipo; e o conhecimento sobre o consumidor do mesmo. O conhecimento presente nestes dois polos é distinto, agregando componentes técnicas, mitológicas e avaliativas, e que estão submetidas a uma interação mútua e dialética (op.cit., p.41). No momento da produção, a utilização de modelos padronizados na atividade é comum e, muitas vezes, satisfatória. Na outra extremidade, o conhecimento sobre o destino da mercadoria é difícil em um contexto social complexo, em que a variação de demandas e usos das mercadorias é bastante ampla. Apesar das diversas tentativas de aproximação dos produtores em relação aos consumidores, sempre haverá discontinuidades na comunicação entre as duas partes. E estas lacunas não representam verdadeiros obstáculos ao consumo. Estas discontinuidades possíveis observadas pelo

autor interessam a pesquisa na comparação entre produtores e consumidores: o que se acredita vender e o que se pretende comprar? O questionamento sobre essa possível descontinuidade pode ser interessante para observar de que maneira a comida considerada baiana está presente nos hábitos cotidianos, mas de que modo também se autonomiza em relação a eles, na narrativa de restaurantes e comensais. A discussão nas seções anteriores permite perceber de que modo se compõe o processo de mercadorização de aspectos identitários da Bahia, trata saber agora de que modo os restaurantes mobilizam – ou não – estes atributos.

Desta maneira, esta seção se empenha em investigar o modo com que os restaurantes de “comida baiana” mobilizam a comida idealizada e a comida cotidiana, como evidenciadas até este ponto do trabalho. Trata-se de compreender como os caracteres discutidos no primeiro capítulo e as demandas discutidas em estudos e na narrativa de comensais apresentadas nas primeiras seções deste capítulo encontram – ou não – reverberação na mercadoria propostas por estes restaurantes. E, vale ressaltar, pautando-se na ideia de que os estabelecimentos se propõem a oferecer aos comensais uma experiência da comida baiana e, ainda mais importante, da Bahia.

Deste modo, são diversos os aspectos a serem levados em consideração no momento de análise da mercadoria alimentar de apelo identitário dos restaurantes étnicos. Trata-se de refletir como os estabelecimentos estão inseridos em um momento histórico bastante específico, e de que modo a composição (e, por vezes, mesmo o movimento consciente de seleção) de diversos elementos é forma os caracteres de uma mercadoria valorizada. Entender de que modo mobilizam o ideário da baianidade na manipulação de uma variedade de ingredientes, de pratos emblemáticos, na composição de um espaço, na postura dos garçons e na imagem de um idealizador, por exemplo, são alguns dos aspectos que tem de ser observados. Assim, após esta breve incursão teórica, destacando alguns aspectos envolvidos na venda e no consumo de alimentos na rua, partimos agora para a análise dos dados colhidos nos restaurantes.

A seleção de um *corpus* empírico buscou a maior variação possível de propostas de restaurantes de comida baiana. Os restaurantes foram escolhidos a partir das visitas feitas a Salvador, orientações de moradores da cidade e de revistas especializadas em crítica gastronômica. Buscando a diversidade, os critérios incluíam o tempo de funcionamento, a localização, a popularidade (medida pela fala de moradores e pela

crítica), a caracterização (ou a falta dela), a disponibilidade e os itens do cardápio. Após um pequeno levantamento extraído das sugestões das fontes escolhidas, foi realizada uma observação prévia em dez restaurantes da cidade, para a escolha final de cinco estabelecimentos para uma análise em profundidade.

A coleta de dados buscou o registro de diversos elementos que julgo compõem a mercadoria de cada restaurante, enquanto um espaço empreendedor de experiências: as informações possíveis de serem angariadas antes da visita ao restaurante, na mídia de diversos tipos; o espaço criado no restaurante, nos elementos escolhidos na decoração, na performance dos funcionários envolvidos, nos cheiros, nos arredores, na atmosfera que compõe o lugar; na narrativa dos funcionários, sobre a idealização, o funcionamento, as técnicas culinárias e de venda, entender como compõem a mercadoria de comida baiana; e, por fim, no próprio cardápio. Em termos analíticos, foram três as técnicas de pesquisa utilizadas. Em um primeiro momento, foi feita uma pesquisa documental sobre as referências aos restaurantes em documentos como livros, jornais e revistas, com atenção especial àqueles que se intitulam especializados, e também uma extensa pesquisa na mídia digital, como *sites* turísticos e *blogs* de crítica gastronômica. Para apreender estes elementos que denomino “atmosfera” do restaurante, em um segundo momento, foram utilizadas as técnicas da observação e da “observação participante”. Foi estabelecido, de início, que a permanência no restaurante teria a duração de uma semana. E, por fim, a aproximação dos comerciantes e trabalhadores do ramo através de conversas informais durante a observação, seguida da opção pela técnica de entrevistas semiestruturadas para uma análise em profundidade.

Alguns percalços foram enfrentados em um dos restaurantes, o que não permitiu que as entrevistas fossem realizadas, mas em virtude da riqueza dos dados obtidos com a observação participante e conversas informais, optei por manter sua análise no texto. De modo similar, a grande quantidade de material me fez optar por manter a análise de quatro dos estabelecimentos na composição da dissertação, a partir de uma categorização dos atributos de sua mercadoria.

### *c.1) Restaurante “Camafêu de Oxóssi” – o turístico*

De início, o restaurante foi escolhido especialmente por sua localização, no ponto turístico “Mercado Modelo”. Entretanto, uma pesquisa posterior desvelou o histórico peculiar do restaurante, antes de posse de uma figura conhecida como

representante importante da autêntica baianidade e da cultura popular negra, nos termos de Jorge (Amado, 1964). Em entrevista a uma reportagem da revista “Fatos e Fotos – Gente”, publicada em 1976, Amado reverencia Camafeu de Oxóssi:

Camafeu é a Bahia. Assim, se escrevo sobre a Bahia, ele tem de estar presente. Isso sem falar que somos irmãos de santo, que é como se fossemos irmãos de sangue. Ele é Camafeu de Oxóssi, e eu também sou de Oxóssi. Em meus livros, ele aparece sempre como Camafeu, porque Ápio Patrocínio da Conceição não existe, é um apelido que puseram nele quando nasceu (“Camafeu de Oxóssi: o homem que virou lenda baiana, com muita alegria, berimbau, capoeira e comida gostosa”, 1976).

É assim que “de Oxóssi” complementa a composição de sua imagem, através da importância da vinculação com o candomblé, além de ser um destacado solista de berimbau de capoeira, com dois discos produzidos, um dos instrumentos emblemáticos de Salvador. Um comerciante destacado do Mercado Modelo, mais uma vez nas palavras de Jorge Amado:

No Mercado Modelo, Camafeu de Oxóssi, obá de Xangô, solista de berimbau de capoeira e proprietário da Barraca São Jorge, aberto em riso, cercado de objetos rituais, de obís e orobôs, ensina mistérios da Bahia às loiras turistas de São Paulo ou de Nova Iorque. A cortesia é grande, o saber maior, o preço barato. Se lhe pedirem, ele tomará do berimbau e tocará (Amado; Damm; Carybé, 1967).

Assim se constitui a figura alegre e cortês, capaz de desvelar a cidade às turistas brancas. Suas barracas no mercado vendiam artigos de candomblé, e foram tornadas populares através das recomendações de Carybé e Jorge Amado. Seu destaque foi atestado quando Camafeu foi escolhido, na década de 60, para representar o Brasil em um festival de Arte Negra realizado no Senegal.

Estima-se que, no final desta mesma década, Camafeu assumiu também um ponto do mercado para montagem de um restaurante. Algumas fontes relatam que teria recebido o espaço de presente do governador do estado, com apoio de Jorge Amado e de Carybé (Santos, 2010). Verdade ou não, o episódio parece refletir uma face importante do caráter da política baiana, fortemente marcada pelo apadrinhamento, especialmente na figura de Antônio Carlos Magalhães. O trecho a seguir é atribuído a Jorge Amado, na ocasião da inauguração:

Camafeu me conta que vai ser dono de restaurante... estará agora, com seu berimbau e sua picardia, seu riso largo e sua voz molhada, em meio à riqueza e à cor da comida baiana, servindo vatapá e alegria. Ao lado da esposa Toninha, de fala mansa, de face terna e firme vontade, lá se vai Camafeu pelos caminhos da Bahia. Invencível com seu santo guerreiro. Vir à Bahia e não ver Camafeu é perder o melhor da viagem. Ele é um Obá, um chefe, um

mestre. A barraca de Camafeu é ponto de reunião, é mesa de debates, é conservatório de música. Na cidade de Salvador a cultura nasce, se forma e se afirma em bem estranhos lugares, como, por exemplo, uma barraca de mercado (AMADO APUD (Santos, 2010).

O escritor destaca que ali não se serve apenas comida: se serve sentimento, alegria. E menciona a esposa de Camafeu, refletindo sua importância na composição de um restaurante, como atestando a qualidade da comida.



Figura 15 - Camafeu, esposa (vestida de baiana) e Jorge Amado no restaurante. Fonte: <http://spirituslitterae.blogspot.com.br/2009/03/camafeu-de-oxossi-o-personagem-vivo-de.html>. Acesso em 12/04/2012.

Entretanto, não foram encontrados dados históricos sobre a transferência da posse do restaurante de Camafeu de Oxóssi para os atuais donos. Em entrevista com o dono do restaurante ao lado, ele menciona o processo de transição:

Aí botaram esse português, porque Camafeu na hora danou, porque deixou quebrar o restaurante, foi à falência e a Brahma na hora ficou pensando de me dar, não dar, e acabou arranjando esse português e deu de presente. Camafeu não recebeu nenhum tostão. Pegou desgosto, morreu de desgosto [...] Eu acho que foi a soma de tudo, porque ele morreu com câncer na garganta.

Sua fala reflete o pesar com que conta a história, e a substituição do conterrâneo por um português, com menção especial a sua nacionalidade, sem nenhum benefício a Camafeu. Também demonstra o envolvimento de uma importante cervejaria na concessão dos espaços, provavelmente uma patrocinadora que, no momento da falência do restaurante, designou outra pessoa para ocupar seu lugar.

Tendo como *background* este histórico, trato agora do restaurante Camafeu de Oxóssi contemporâneo. O Mercado Modelo tornou-se um dos pontos turísticos mais mencionados quando se trata de Salvador, como definido no site da Bahiatursa:

Aqui tem tudo que a Bahia tem! [...] Tradicional centro de comercialização de produtos artesanais e um dos principais pontos turísticos de Salvador, o

Mercado Modelo é também um ponto de encontro e convivência, além de espaço de animação artística e cultural da cidade [...] estão localizados dois restaurantes de renome. O primeiro, chamado "Camafeu de Oxóssi" - que leva o nome de um negro famoso nos candomblés da Bahia pelo seu profundo saber sobre folhas, plantas e ervas -, tornou-se internacionalmente conhecido graças aos quitutes preparados por Dona Toninha, uma especialista na arte culinária regional (Bahiatursa, 2012).

É possível perceber que a história permanece atrelada a trajetória de Camafeu de Oxóssi e de sua mulher Toninha, negra baiana, considerada legítima como especialista da cozinha baiana. Não há menção aos novos donos. É interessante pensar em possibilidades para esta omissão, tratando-se do conteúdo de um *site* turístico que busca destacar a autenticidade do espaço como valor do lugar. Na versão eletrônica do guia gastronômico “Veja Comer e Beber Salvador”, temos um tratamento diferente: “No Brasil há quase quatro décadas, o casal de portugueses Maria Trancoso e Rui Mendes comanda a casa cuja varanda tem vista para a Baía de Todos-os-Santos” (Veja, 2012). É possível observar o esforço em conceder-lhes legitimidade com o destaque para a quantidade de tempo que residem no país. No *blog* do restaurante, um texto chama a atenção: “A integridade dos pratos é mantida sem exagero de condimentos, agradando ao paladar de baianos e visitantes do mundo inteiro”(Mendes, 2009). O trecho demonstra o esforço do restaurante em agradar ao paladar de turistas e também baianos, tentando garantir que isso ocorra sem perder a “integridade” da comida típica, mas sem o “exagero de condimentos” que lhe é característico – citado especialmente pelos turistas que a temem ou evitam. Vale registrar esta necessidade de suavizar a comida. Segundo a descrição contida no *blog*, o que diferencia o restaurante é que o “Camafeu de Oxóssi encanta pela sua tradição e bom gosto”. É importante entender o que seria a definição deste “bom gosto”.

A observação do restaurante durou uma semana, sendo que o estabelecimento abre todos os dias. Estávamos no período de alta temporada do turismo.



Figura 16- Vista do Mercado Modelo a partir do Elevador Lacerda



Figura 17 - Varanda do Mercado, com mesas dos restaurantes.  
Fotos: Rita Barreto (Secretaria de Turismo de Salvador).

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/turismobahia/4109193971/in/set-72157626379626240/>. Acesso em 14/07/2012.

Em um prédio tombado pelo IPHAN em 1996, identificado com a arquitetura neoclássica com grandes arcos e grandes janelas, também possui acabamentos que refletem antiguidade, como o piso de pedra e alguns pontos com exposição da estrutura de pedra que o sustenta. As placas talhadas em madeira dão orientações sobre a organização das 260 bancas e incentivam os visitantes a visitarem o segundo andar. Lá estão os restaurantes, na varanda do mercado. A chegada à grande porta de madeira permite perceber que há uma divisão do salão, que já é informada na parede que a antecede: Camafeu de Oxóssi à direita e o restaurante Maria de São Pedro à esquerda. É possível também antever as garçonetes vestidas de baiana depois da porta – e seu uniforme é similar. O cheiro do azeite de dendê já se sente na entrada.



Figura 18 - Interior do mercado. Foto: Rita Barreto. Fonte: <http://www.flickr.com/photos/turismobahia/4526147993/in/photostream/> Acesso em 17/07/2012.



Figura 19 - Entrada dos restaurantes. Foto de André Vacari, Fonte: <http://www.flickr.com/photos/vacari/3005139174/>. Acesso em 17/07/2012.

Na medida em que se aproxima da porta, as garçonetes sorriem. Chamam os clientes que cruzam a porta: “Venha, freguesa, vamos comer uma comida gostosa hoje?” ou “Vem pro Camafeu, a gente tem a melhor feijoada da Bahia!”. No espaço, dois grandes cartazes com o emblema de cada restaurante, indicando a direção a ser seguida. O símbolo do restaurante faz alusão ao arco e flecha do Orixá do candomblé Oxóssi.



Figura 20 - Emblema do restaurante. Fonte: <http://www.blogger.com/profile/04179744593036284923>

As cadeiras de madeira são simples, assim como os pratos brancos e talheres de metal. Durante os dias de observação, o restaurante, que tem capacidade para 200 lugares, esteve parcialmente cheio, exceto pelo sábado e domingo, em que estava lotado. É bastante possível que, durante o resto do ano, fora da alta temporada, o restaurante fique mais vazio. Esperava que estivesse mais cheio, dada a grande circulação de turistas do lado de fora, mas muitos deles não entravam no salão. Segundo o guia da revista *Veja*, o restaurante se encaixa na faixa dos mais baratos, entre os registrados pela publicação<sup>39</sup>. Verdade ou não, o que não nos importa aqui, o que se observa é que identifiquei poucos soteropolitanos, com seu sotaque característico,

<sup>39</sup> É possível consultar a informação em: <http://vejabrasil.abril.com.br/salvador/restaurantes/camafeu-de-oxossi-27694/>. Acesso em 28/07/2012.

exceto por aqueles acompanhando turistas. Durante a semana, havia alguns grupos que aparentavam trabalhar no centro comercial próximo do mercado. Mas é possível afirmar que a grande maioria dos clientes era composta de turistas.

O cheiro de dendê permanece no salão, ainda que não tão forte. Observando os pratos que saíam da cozinha, era possível observar que vinham em cumbucas de barro, o recipiente considerado típico para servir a comida baiana – a imagem das garçonetes, vestidas de baiana e servindo os pratos fumegantes na mesa dos clientes parecia transplantada de um guia turístico. Surpreendeu-me a quantidade de grelhados que saíam da cozinha, e pude observar que eram servidos, em sua maioria, para as crianças e, eventualmente, mulheres. Os homens costumavam comer a feijoada, ou as moquecas e bobós – um reflexo da construção dos gostos impactada por divisões de papéis de gênero e pela orientação nutricional.



Figura 21 - Salão. Fonte: <http://www.flickr.com/photos/luciomariosilva/5462787333/>. Acesso em 24/07/2012.

Em um final de tarde de quarta-feira, entrevista foi feita com um dos proprietários, o senhor Rui Mendes, que afirma dirigir o lugar há 29 anos, tendo assistido o incêndio do Mercado Modelo ocorrido em 1984. Sua narrativa, analisada de maneira ampla, trata das mudanças que ocorreram durante o período em que está lá, para enfatizar as melhorias. Atribui a este incêndio algumas das benfeitorias ocorridas na edificação, uma vez que “este teto é muito bonito depois do incêndio, antigamente não era. Isso aqui tinha outra fisionomia”. Vieram de Angola, apesar de portugueses, durante a Guerra de Independência Angolana.

Tudo que você faz, tem que ser bem feito. E por essa razão que eu vim parar aqui no Mercado Modelo [...]Só vim parar aqui porque fiz um determinado

trabalho aqui em Salvador que gostaram e vieram a minha procura. [...] ‘Eu vi o seu trabalho e gostei muito. E quero convidar você para trabalhar no Mercado Modelo’. Era o diretor comercial da Brahma. É assim que eu venho aqui parar... há trinta anos, mais ou menos.

Sua fala reflete a importância de se afirmar merecedor do espaço, e não através de uma indicação, mas pelo reconhecimento do trabalho “bem feito”. Informa que sua porção do salão era “dominada” pela Brahma, enquanto o outro lado era da empresa de bebidas “Antarctica”. Quando perguntado o porquê do nome, responde:

Quando eu comprei isso se chamava Camafeu [...] O nome dele era Ápio da Conceição, mas ele tocava berimbau, não sei quê, tocava bem e era ligado ao Candomblé. E do Candomblé tem essas coisas dos santos... do Oxóssi [...] ele era um senhor. Ele até no Candomblé tinha uma função lá elevada.

O trecho reflete o desconhecimento de alguns trechos da história daquele que deu nome ao restaurante, arriscaria mesmo dizer que provavelmente em uma tentativa de fazê-lo menos importante. Mas, ao mesmo tempo, há o destaque para elementos da figura que a aproximam da cultura baiana definida como autêntica. Mas, quando se tratam das mudanças feitas após sua gestão do lugar, para Rui existe uma ruptura importante:

- Mas vocês mudaram alguma coisa?

- Demos um ar mais civilizado. [...] Sem perder as características africanas. Limpezas, mesas, cadeiras, funcionários mais adequados à época. Demos um toque de civilização. Sem perder o cunho... [...] quando eu vim pra cá só tinha homens. Garçons. Quando eu cheguei aqui, pensei que se colocasse mulheres ficaria mais bonito. Troquei a parte da roupa. Eu mudei. Meu vizinho copiou. (risos) Dei um outro semblante.

É importante refletir sobre o fato de que se trata de um europeu falando sobre “civilizar” um lugar, o que representa uma visão eurocêntrica sobre o termo. O bom gosto está aí – na adaptação para um gosto europeu. Em verdade, o que quer dizer é que empreendeu uma higienização em sentido completo, descartando tudo que era incivilizado. E este novo grau de “civilidade” é muito importante para afirmar o restaurante como uma nova proposta – sem perder as raízes africanas, como afirma reiteradamente. A troca de garçons por garçonetes, mulheres negras vestidas de branco, com contos ao redor do pescoço e turbante colorido guardando os cabelos, também evidencia a adaptação, em conformação com o estereótipo já discutido.



Figura 22 - Garçonete. Fonte: <http://colunacafe.blogspot.com.br/>. Acesso em 12/07/2012.

Sobre o cardápio, ele afirma que a cozinha foi assumida por sua mulher portuguesa, mas foram mantidos os pratos típicos baianos, como a moqueca. Mas, foram “criados pratos novos também [...] o nosso cardápio tem um ou dois ou três pratos que foram criados pela minha mulher. Ela é professora. Formada em Portugal. [...]”. Na primeira página do cardápio, a frase: “No Camafeu de Oxóssi, o impossível acontece. Quem entra como cliente, sai como amigo”. Rui julga importante incluí-la como diferencial em relação ao restaurante ao lado, com o qual tem uma relação conflituosa, contando uma história.

Então um dia eu tava aqui, o cliente chegou e foi pro lado de lá. [...] Só que parece que não foi muito bem atendido lá. Pediu a comida, provou, pediu umaquentinha pra por o resto da comida. [...] Saiu de lá e viu a placa aqui. Aí entrou e pediu um café. Depois eu fui falar com ele. [...] Aí eu perguntei pra ele, “Você sentou lá por causa da luz, né?”. Ele me respondeu, “Mais ou menos”. [...] Mas... nem tudo que reluz é ouro! (risos). E conversamos, batemos um papo e no fim da conversa, tomou o café, adorou o café. “Mas, da próxima vez, quando você vier aqui, pra que lado você vai?”. E ele respondeu: “Ah, pra este lado, porque arranjei um amigo”.

O entrevistado julga que sua mercadoria se diferencia através da simpatia e cortesia de seu restaurante, que o estabelecimento ao lado do seu, apesar de mantido por uma família de baianos, julga não possuir.

Durante a entrevista, me oferece um café, para atestar sua cordialidade e a qualidade da bebida. Em um exame dos pratos do cardápio, ele aponta aqueles que foram criados por sua mulher, que são “bons e bonitos”, como o “Camarão Tropical”, preparado no coco verde e servido no próprio, chamando mais uma vez atenção para a importância da estética na composição da mercadoria. O cardápio inclui uma seção especial para “Moquecas e ensopados”, feitas com várias combinações de frutos do mar,

a seção “Especialidades”, que inclui caruru, vatapá e mariscada. A presença de frutos do mar variados é o que se destaca do cardápio, com a presença de alguns dos pratos emblemáticos da “comida baiana”. Entre as sobremesas, a cocada e o quindim, que é “de iaiá”. Destaca-se a seleção de grelhados no cardápio, como alternativa para aqueles que não comem a “comida baiana”, como o “frango com batata frita”, que é apontado como um dos pratos mais produzidos. Pensando no significado deste prato vale pensar como a preparação de “carne animal e batata frita” não se torna uma alternativa a opções mais exóticas, em uma apropriação da comida estadunidense, enquanto o “grelhado” não se torna um imperativo em uma sociedade lipófoba. Quando perguntado, o entrevistado diz gostar da comida baiana, especialmente da moqueca, do caruru, do vatapá, mas não come com muita frequência. “Mas tudo tem seu peso, eu não vou comer todo dia caruru e vatapá. Vamos alternando com outras comidas”. Afirma que é importante preservar a comida baiana, pois faz parte da história da Bahia, mas ressalva: as influências vêm da África, não são puramente baianas.

#### *c.2) Restaurante Maria de São Pedro - o tradicional*

Em sequência, analiso o restaurante contíguo. De início, não optei por analisar dois restaurantes localizados no mesmo espaço, mas o estabelecimento é considerado pioneiro na venda da “comida baiana”. Citado amplamente pelas fontes já analisadas, o cartaz à frente do restaurante informa o ano de fundação: 1926. E é assim que o restaurante se define à primeira vista, como dotado de antiga tradição enquanto primeiro restaurante de comida baiana de Salvador.

Maria de São Pedro dos Santos, identificada como a fundadora do restaurante, nasceu em 1901, na cidade de Santo Amaro da Purificação, Recôncavo Baiano, vindo para a capital na década de 20, e, para sustentar os filhos, montou uma barraca para vender comida na antiga Feira do Sete, em 1925 (Santana, 2006).



Figura 23 - Maria de São Pedro (Azevedo, 1985)



Figura 24 - Barraca itinerante de Maria de São Pedro durante festejo de santa católica (Verger, 1980).

A partir da narrativa de seu filho, atual proprietário, a qualidade de sua comida se tornou conhecida na região, e o espaço, que tinha apenas uma mesa de madeira, não comportava mais a quantidade de clientes. Na década de 30, mudou-se então para o antigo Mercado Popular, em frente a mais movimentada feira de Salvador, e teria sido lá que sua comida tornou-se conhecida dos intelectuais e boêmios da época: “Odorico Tavares, Jorge Amado, políticos e artistas dessa época passaram a comer no restaurante”(Santana, 2006). Visando atrair mais clientes, o restaurante foi transferido para o antigo Mercado Modelo na década de 40, e a centralidade geográfica lhe rendeu visitas ilustres, como o escritor Pablo Neruda, o filósofo Jean Paul Sartre e o cineasta Orson Welles.



Figura 25 - Caymmi e Odorico Tavares no restaurante Maria de São Pedro, em 1953 - Fonte: <http://www.jobim.org/caymmi/handle/2010.1/12998>. Acesso em 27/07/2012.

Em livro de 1950, Tavares indicava o restaurante como única fonte confiável para consumir a “verdadeira” comida baiana:

Se não tem um amigo que o convide para refeição numa residência de cozinha afamada, que procure a modesta casa de pasto de Maria São Pedro, no alto do Mercado Modelo, na cidade baixa. Entra-se por uma pequena porta, em frente à Rampa e onde existe uma barbearia. Lá em cima está o restaurante de Maria São Pedro, herdeira das tradições da preta Eva<sup>40</sup>. Preta como ela, boa e bonita como devia ter sido Eva. Já foi menos frequentado o restaurante de Maria São Pedro. Antes dela também se saboreavam pratos baianos bem feitos e a casa tinha o poético nome de Estrela do Mar. Hoje tem o nome da dona, amiga de todos, quase não aparecendo aos fregueses, lá dentro, ela mesma fazendo os quitutes. A modéstia do ambiente vai bem com a perfeita limpeza, com a higiene da mesa, a simpatia das garçonetes, tudo envolvido por uma atmosfera de cordialidade muito baiana. Então o freguês escolherá sem susto. Qualquer prato é saboroso: o vatapá, o caruru, o efó, a frigideira de camarões, o siri mole, a moqueca (Tavares, 1951, p.133).

É possível perceber a rígida partição da qualidade da comida baiana servida nas residências e na rua. Para o autor, apenas a comida deste restaurante é tão boa quanto aquela feita nas casas. Há a menção a sabedoria transmitida por outra negra, condição que lhe garante legitimidade. A atmosfera do lugar, caracterizada pela cordialidade “tipicamente” baiana em um restaurante modesto e limpo em que as garçonetes são simpáticas e a dona é “amiga de todos”. Vale destacar que a descrição dos pratos inclui alguns dos já mencionados pelos comensais, como a moqueca, o caruru e o vatapá. Em outro trecho do livro, trata da fama internacional da comida de Maria de São Pedro, e da transformação sobre a personalidade dos estrangeiros que sua comida causa:

O romancista John dos Passos participou ali de um almoço em sua honra, espantando a todos. Não havia terrina de vatapá, de caruru, de moqueca de peixe, de galinha de xinxim, que parasse. O homem dava conta de tudo. Tudo regado a bom vinho, mas sobretudo a boa cachaça de Santo Amaro. Quando se pensava que o americano fosse torcer o nariz àquelas “viandas tediosas” de que fala Vilhena, a cada prato que surgia, o gringo como que caía em êxtase. Aquele semi-gigante, meio fechado, um tanto seco, abriu-se diante das artes e das mágicas da cozinha baiana (op.cit., p.134).

É especialmente interessante o fato de que o “gringo”, após consumir a comida baiana, de fama injusta, entra em estado de “êxtase”. Estado este que permite que o americano, antes fechado e seco (um estereótipo comum que se faz na relação entre baiano e estrangeiro), se “abra”, já que a comida baiana é feita de arte e mágica. Em mais um episódio sobre Maria de São Pedro, Tavares conta que era considerada figura tão importante que foi convidada para servir o banquete de 400 anos da fundação de São Paulo, pelo conde Matarazzo e sua esposa. Foi de avião para São Paulo,

---

<sup>40</sup> Apesar de uma investigação adicional atenta, não foram encontradas referências à negra Eva em outras publicações.

com ajudantes e uma tonelada de ingredientes, dendê, camarão, pimenta malagueta, gengibre, coco, castanha, alguidares e colheres de pau. Chegando à casa dos Matarazzo, enquanto começava a dar ordens às ajudantes de cozinha, eis que surge o cozinheiro de dona Yolanda, querendo bisbilhotar suas panelas. Maria chamou a dona da casa e disse categórica: “ou o cozinheiro gringo ou eu”. Dona Yolanda não teve dúvidas, botou o gringo para correr e Maria reinou absoluta no banquete (op.cit., p.135).

O símbolo da modernidade brasileira, a classe bem sucedida de industriais de São Paulo, se curva diante da cozinheira negra e baiana. E um momento de afirmação da “qualidade” da comida baiana diante de um representante da cozinha internacional considerada “hierarquicamente superior”.

Para Jorge Amado, a diferença é que Maria de São Pedro não cozinhava para os turistas: “jamais quiseram transformar [...] num restaurante turístico. Cozinham para sua fiel freguesia de muitos anos: doqueiros, pequenos empregados no comércio [...]. E escritores e gente de fora que ouviu falar na qualidade dos quitutes de Maria” (Amado, 1964, p.304). É importante destacar que esta é a distinção essencial aos moradores da cidade: a melhor comida baiana é aquela que não se dedica ao público de turistas, mas aos moradores, especialmente se forem das classes mais pobres. Essa é uma conjuntura que oferece autenticidade.

Maria de São Pedro morreu em 1958 (Santana, 2006). Mais uma vez, Jorge Amado a reverencia:

Maria de São Pedro era uma rainha da Bahia, feita de porte, bondade e arte. Mestra da maior das artes, da culinária, preservou e engrandeceu a tradição da inextinguível comida baiana, sua cor, seu perfume, seu sabor divinos. [...] Inesquecível Maria de São Pedro, rainha do vatapá e do efó, do caruru e do abará, das moquecas e dos xinxins, do dendê e da pimenta, rainha da delicadeza e da cordialidade! Sua morte abalou a cidade (AMADO, 1964, p.306).

Mas, mesmo após a sua morte, o restaurante permaneceu em posse de sua família, sendo assumido por suas filhas e filho.

Hoje, no novo Mercado Modelo instalado no prédio tão belo da antiga Alfândega, na mesma moldura da Rampa, envolto na brisa do mar, prossegue o restaurante de Maria de São Pedro sua obra de civilização. Sob a direção de Luiz Domingos, Obá Telá da Casa de Xangô e cantor de música popular, filho de Maria de São Pedro, o restaurante continua a ser uma festa onde as filhas e as netas de Maria, herdeiras de sua arte, criam diariamente a mais pura e mais saborosa comida baiana (op.cit., p. 307).

Segundo o guia *Veja Comer e Beber*, “Luiz Domingos Sousa comanda o restaurante, inaugurado há 86 anos pela mãe, Maria de São Pedro. O tempero da matriarca ainda é seguido na cozinha, onde são preparadas as receitas [...]” (Veja,

2012). É perceptível que a autenticidade da mercadoria se fundamenta na continuidade do “tempero” da matriarca. A observação no restaurante foi realizada durante uma semana.



Figura 26 - Identidade visual do restaurante. Fonte: <http://www.mercadomodelobahia.com.br/>. Acesso em 17/06/2012.

Na imagem que identifica o restaurante, a relação com a imagem da negra, tabuleiro na cabeça, saia rodada e roupa estampada é a primeira que se nota. Fui abordada pelas garçonetes todas as vezes que entrei no salão com um sorriso aberto – em trajes similares de “baiana”. Logo na entrada, o destaque a imagem feita de madeira à semelhança do logotipo, que aponta para o lado do salão que pertence ao restaurante Maria de São Pedro. As mesas são simples, de cadeiras de ferro antigas, com uma toalha branca, de mesma cor dos pratos de cerâmica. Os utensílios parecem-me antigos, enquanto moquecas saem da cozinha em cumbucas de barro fumegantes. Em verdade, durante a observação, a moqueca de peixe e o bobó de camarão aparentaram serem os pratos mais pedidos. E o cheiro de dendê impregna o ar quando as bandejas são pousadas sobre as mesas.



Figura 27 - Entrada do restaurante. Fonte: <http://www.revistabmais.com.br/noticia.aspx?id=NTU=>. Acesso em 02/07/2012.

De pronto pude perceber a vantagem que o restaurante tem, com o apelo da vista para o mar, como em um dia de sol – o clima criado é o da cidade litorânea e bucólica. O movimento, em comparação ao restaurante contíguo, era ligeiramente maior, mas nada realmente distintivo. Do que foi possível identificar, assim como o restaurante Camafeu de Oxóssi, os clientes são, em sua maioria, turistas. Apesar do pioneirismo na venda da comida baiana, o que aparenta é que sua localização o torna uma “armadilha de turista”. É preciso lembrar que o Mercado Modelo da década de 50 não se afirmava apenas como um mercado para turistas, mas sim como um centro de abastecimento. Mas, na contemporaneidade, o mercado se caracteriza especialmente pela venda de souvenirs aos turistas, entre obras de arte, vestuário, artigos alimentícios e a comida preparada pelos restaurantes.

A entrevista foi realizada com seu filho, Luiz Domingos, em uma quinta-feira do mês de janeiro de 2011, no fim da tarde, quando o restaurante estava mais vazio. O senhor negro, de cabelos grisalhos, usava camisa de listras vermelhas, calça e sapato branco – como um sambista à moda antiga. Começamos a entrevista com detalhes sobre a fundação do restaurante, na feira do Sete:

Aí foi fazendo sucesso, sucesso, sucesso. E o vendedor de sabão na feira disse assim: “Ô, Maria. Vai inaugurar, em 30, o Mercado Popular. E é bom que pegue lá uma área pra senhora se estabilizar. Que aqui a senhora ta fazendo uma comida muito boa que...”. Tá entendendo? E o pessoal das feiras, das barracas, tudo ia ser levado pra longe, sabe? E aí topou. Aí inaugurou no Mercado Popular o restaurante. Ela nunca tinha tido um restaurante. Naqueles dias era barraca.

Num período posterior, visando aumentar a clientela, comprou então um espaço no Mercado Modelo. Sua fala reflete a mobilidade que já foi narrada durante o início desta seção, mas demonstra sua importância para atestar a larga tradição do restaurante, e a imagem da mulher batalhadora que alcançou a fama, passando por diversos espaços para vender sua comida simples, mas saborosa. Explica que, para chegar até o ponto espaçoso no Mercado Modelo, passaram por um longo processo, como o episódio do incêndio que destruiu completamente o mercado antigo.

Com o susto do incêndio... em princípio ficaram enrolando dizendo que não iam fazer Mercado nenhum. Depois disse que ia dar prêmios, que ia fazer uma exposição pra quem fizesse uma planta bonita. Mas tudo isso aí... Porque na verdade incendiaram o mercado porque tinha que passar a avenida, a avenida Contorno. Aí ficou nessa enrolação. Mas a turma, os mais velhos daqui do mercado, começaram a correr atrás. E quem entrou primeiro aqui no dia do incêndio, com cadeira, mesa, fogão, fui eu. Coloquei tudo aqui embaixo. Depois eu subi (risos) [...] Mas pra chegar lá foi uma briga danada, quase que a gente perde o restaurante. Mas como nós tínhamos um amigo muito forte que era Zé Ramalho, ele entrou no meio e... “Como é que vai ter Mercado Modelo sem Maria de São Pedro?”. Além do nome de Mercado Modelo, o nome maior depois é Maria de São Pedro.

Observa-se a situação de fragilidade que existia em relação à propriedade no Mercado Modelo e, para assegurá-la, a relação de sua mãe com artistas é fundamental.

Ela sabia, cozinhar comida baiana era com ela mesmo. O estilo era inconfundível. Muito bom, muito bom mesmo. E cresceu junto com a família no interior de Santo Amaro, na fazenda e tal. Ela foi empregada doméstica na casa de Adroaldo Ribeiro Costa<sup>41</sup>. Ela amamentou Adroaldo. Tanto é que às vezes ele descia do jornal “A tarde” e vinha tomar bença a ela.

Em outra entrevista, Luiz conta que seu conhecimento também adveio de sua avó, que possuía alto cargo em um terreiro de Candomblé de Santo Amaro (Lody, 2009). Assim, se estabelece o vínculo com o conhecimento “tradicional”, no aprendizado das tarefas domésticas no seio de uma família baiana influente e de um aprendizado familiar, no seio do candomblé, compondo um repertório de elementos que são considerados legitimadores de uma autenticidade. É preciso lembrar também que Maria nasceu no início do século XX, poucas décadas após a abolição da escravidão, sendo Maria de São Pedro ama de leite do filho dos patrões. Esta antiguidade a torna muito próxima da sabedoria da própria mão de obra negra escrava, como importante para Freyre (2000).

Sobre a decoração do restaurante, o entrevistado explica que não é intencional:

---

<sup>41</sup> Conhecido teatrólogo, escritor, compositor e professor, que viveu infância e adolescência em Santo Amaro da Purificação. Mais informações em: <http://blogdogutemberg.blogspot.com.br/2006/06/adroaldo-ribeiro-costa.html>. Acesso em 10/07/2012.

Aquela ali, a figura de Xangô, um dia um rapaz trouxe aquela figura ali, eu gostei, fiquei. Aí ela fica ali. O da frente tá, o pequenininho. Mas o de trás não tem nada preparado, nada disso. Ta ali só de enfeite. Eu coloco folhas de proteção, pode ser que não precise, mas a gente fica com aquele negócio.

Julgo interessante pensar sobre o fato: Luiz julga os elementos que identifiquei como “baianos”, enquanto pesquisadora, como não sendo representativos ou compondo a decoração do restaurante. Julgo que é reflexo de dois processos: de minha tentativa de identificar pequenos elementos que pudessem compor uma atmosfera “baiana”, e a postura de naturalização daqueles elementos por parte do entrevistado, especialmente em seu comprometimento com o candomblé.

Sobre a produção dos pratos, Luiz explica também que permanecem sob responsabilidade da família, uma vez que a sobrinha responsável por coordenar o trabalho na cozinha: “Ela aprendeu com a família, com a mãe. Ela toma conta direitinho aí, vai levando o barco”. Mais uma vez, a importância da transmissão do saber culinário familiar, que é transmitido de avó, para mãe e para filha.

No cardápio, destaca-se a venda de pratos que são considerados mais “antigos”, a partir dos parâmetros dos livros de culinária do século anterior, ou “puramente africanos” segundo Querino (2011). O “arroz de Hauçá”, “acaçá” ou o “efó”. Além destes pratos, estão os mais emblemáticos, como o vatapá, o caruru, o xinxim de galinha, as moquecas e o bobó de camarão. Luiz conta que criou o prato que se chama “Segredo de Maria”, feito com feijão fradinho, camarão seco, dendê e alguns temperos, refletindo o que há de mais característico em sua comida. Havia também opções “não-baianas”, como o comum filé com fritas.

Sobre os insumos do restaurante, vale citar a outra entrevista:

Destaca o azeite, que ele afirma como sendo o melhor o vindo de Valença, e, assim, adquire latas de vinte litros. Adquire ainda o bom camarão seco, bem escolhido, artesanal, preparado com folha de aroeira. Escolhe também a farinha de mandioca, bem fina, típica do Recôncavo, além de pimentas, gengibre, amendoim, castanha de caju, e tudo mais que as misturas exigem para celebrar sempre o dourado dendê (Lody, 2009, p.99).

Além da definição de elementos da comida baiana, é possível observar que o modo de produção, sendo artesanal, e a origem do ingrediente denota sua qualidade/autenticidade, baseada nas cidades do Recôncavo, como se mantendo a relação antiga que havia anteriormente. Ao discorrer sobre a importância do dendê na caracterização da comida, faz uma ressalva peculiar ao impacto do discurso médico da contemporaneidade:

Só que, depois que descobriram o colesterol, tá todo mundo com medo de comer comida baiana. Quer dizer, comem ainda, mas ela perdeu muito com o negócio do colesterol. Não vende mais assim... com medo do dendê. Antes era uma festa. Mas depois com essa,.. Porque realmente faz mal, né. Que, na realidade, segundo os estudiosos, diz que não é o dendê. O dendê não tem... mas outros diz que tem. Então eu fico aí sem saber pra que lado vai.

Luiz identifica que a venda de comida baiana tem diminuído com o impacto deste discurso, mas aponta sua descrença em relação a certeza do valor prejudicial do dendê – para ele, há ambiguidade nesta definição.

### *c.3) Restaurante “Boca de Galinha” – o original e autêntico*

Selecionado para análise em virtude da menção recorrente na fala dos comensais, que o consideram um lugar de comida baiana “autêntica”, o restaurante Boca de Galinha fica no subúrbio de Salvador. Os comensais faziam questão de especificar o quê fazia do lugar “verdadeiro”: a localização em um bairro pobre; o mobiliário de plástico, os pratos “duralex”<sup>42</sup>; o cardápio feito à mão; os pratos a preços reduzidos e as porções generosas; a comida saborosa; e a melhor vista do mar em Salvador. Além desta recomendação informal prévia, a pesquisa na *internet* revelou que, apesar de não possuir um *site*, o restaurante era amplamente comentado por uma mídia específica: os *blogs*. Uma das ferramentas mais empregadas na internet – especialmente por usuários individuais, sem vínculo com instituições – os *blogs* permitem uma atualização frequente de informações a partir de uma plataforma de fácil utilização. Os *blogs* que continham informações e críticas sobre o restaurante eram de contribuição independente. Trata-se de um tipo de mídia diferente, na medida em que se coloca como “autônoma” e “subjetiva”, o que me faz julgar que as menções nestes *blogs* independentes refletem uma das características peculiares deste restaurante – definido como uma “descoberta” para os comensais que se propõem a falar sobre o assunto.

Intrigou-me então se um restaurante fora do circuito turístico definido pelos órgãos governamentais, estando localizado em um dos bairros antigos da periferia de Salvador, teria sido avaliado por um guia como o “Veja Comer e Beber”. Vale destacar o tipo de publicação de que se trata: sob direção de uma revista de circulação nacional, “Veja”, a tônica da publicação privilegia o ideário que se foi construído em torno da “gastronomia”, a ciência, que se pauta, entre outras coisas, na oposição à ideia de uma

---

<sup>42</sup> Denominação diminutiva de uma marca de pratos de preço acessível, que, por essa razão, são comumente encontrados em cozinhas de todo país. Os pratos “duralex” tornaram-se sinônimo de informalidade, de intimidade e, por conseqüência, da comida das casas das classes mais pobres.

cozinha doméstica, parte do senso comum. No entanto, a revista continha a menção ao restaurante no subúrbio de Salvador, na versão digital:

Embora tenha decoração modesta, a vista para o mar de Itapagipe torna o lugar disputado, especialmente no fim de tarde. As moquecas preparadas por Edmar Bonfim são o principal atrativo do cardápio. Há versões com beijupirá, vermelho, arraia e caçonete (R\$ 35,00 cada um; para duas pessoas). Entre as mais pedidas, a de camarão pode ser servida para satisfazer até quatro apetites (R\$ 55,00). Todas vêm acompanhadas de arroz, feijão-fradinho e pirão - aos domingos, há a opção de caruru e vatapá como guarnições.

É possível observar como o guia tenta preparar o comensal que costuma consultá-lo, com o aviso para a “decoração modesta”, mas que, apesar disso, o restaurante é muito frequentado, em especial pela vista para o mar. Os preços estão na faixa mais baixa considerada pelo guia. Entretanto, vale destacar que, entre as categorias que o restaurante poderia se encaixar, foi enquadrado na especialidade “Peixes e Frutos do Mar”, quando havia uma categoria “Cozinha baiana”. Reflete o quão tênue a categorização é. Ademais, também reflete a problemática que existe em definir a categoria dentro da diversidade dos restaurantes de Salvador – se fosse uma análise de restaurantes em outras localidades, o uso de azeite de dendê no prato provavelmente já implicaria no rótulo de “comida baiana”.

A fase da pesquisa documental se ocupou, em especial, da mídia digital, da análise de textos publicados em *blogs* e de vídeos que tratavam do restaurante. Este material tem espaço importante especialmente porque, em virtude de um conflito de agendas com o senhor Nilton Souza, não foi possível realizar uma entrevista. Em virtude dos relatos dos comensais e a descrição especial em relação à “autenticidade” do lugar, além de obter informações de outras entrevistas em meio digital, optei por mantê-la.

O restaurante foi criado a vinte e dois anos atrás, em 1990, como um estabelecimento para venda de refeições para os pescadores do bairro. Nilton e sua esposa, Edmar, vendiam mingau e bolo para os trabalhadores em uma barraca de madeira. Segundo seu depoimento em alguns vídeos disponíveis na *internet*<sup>43</sup>, o negócio tornou-se famoso e foi ampliado, passando para o endereço atual há dez anos e funcionando apenas no horário do almoço. Sobre a origem do apelido “Boca de

---

<sup>43</sup>Entrevistas disponíveis em: <http://www.youtube.com/watch?v=AvCieMjh6ls> e <http://www.youtube.com/watch?v=3SDnk0kxy1w>.

Galinha”, que dá nome ao restaurante e ao dono, recebeu ao apartar a briga de um rapaz que tinha este apelido. Credita a fama do restaurante ao tempero da mulher e também à propaganda feita espontaneamente por aqueles que frequentam o restaurante, uma vez que eles não fazem divulgação do lugar. Assim, personalidades e moradores do centro da cidade frequentam o local no subúrbio, na fala do proprietário.

Tratemos, primeiramente, do material contido nos textos dos *blogs*. As postagens tem início em 2008, segundo a ferramenta de busca. Em um *blog* independente de dicas de viagem, o autor narra sua ida ao restaurante “Boca de Galinha”, em um passeio familiar.

No Dia Das Mães, levei minha mainha para comer no restaurante "Boca de Galinha". Já tinha escutado falar bastante dele: seria um desses lugares pitorescos da Bahia, onde se vende comida de frutos do mar e se sente a baianidade por todos os lados [...] A fama do lugar é grande, a comida é boa, e se você tiver paciência e não for muito intolerante a bagunça e tiver passando por Plataforma, dê uma paradinha (Reis, 2009).

Vale destacar o significado de pitoresco: “Próprio para ser pintado; graciosamente original” (Ferreira; Ferreira, 2010). Assim, o que se apresenta, na visão do autor, é um lugar originalmente baiano, como um emblema, que emana “baianidade por todos os lados” – a descrição da sensação que lhe suscita o espaço. Sua ressalva se refere à “bagunça”, que precisa de tolerância por parte do cliente. Em *blog* destinado a descrever os atrativos do bairro de Plataforma, há uma descrição mais detalhada:

O Restaurante Boca de Galinha foi indicado, em 2005, pelo júri da revista Veja Salvador, como um dos destaques gastronômicos da cidade. [...] O restaurante tem um clima bastante familiar. Isso se deve principalmente pelo fato de que os empregados são todos membros da família dos donos, Dona Edimar e seu marido, conhecido como Boca de Galinha. Durante a semana a dona do negócio trata os frutos do mar que serão servidos na sexta, sábado e domingo. (Almofrey, 2008).

A informação inicial é importante para destacar a consideração da revista Veja, já no ano de 2005, do lugar como um destaque entre os estabelecimentos. Cita mais uma peculiaridade do lugar:

Quando a gente pede o cardápio, Dona Edimar nos corrige: “o nome não é cardápio, é ‘cadernápio’”, um pequeno caderno onde os pratos e os preços estão escritos de caneta. Segundo ela um ‘cadernápio’ diferente é produzido todos os dias para evitar que o cliente peça um prato que não está disponível no restaurante. “Vai terminando, a gente vai riscando”, diz ela (op.cit.).

O cardápio feito em um caderno é parte da mercadoria caracterizada pela simplicidade e informalidade, atualizado com um simples risco de caneta.



Figura 28 - A varanda do restaurante. Fonte: <http://plataformadigital.wordpress.com/a/>. Acesso em 02/07/2012.



Figura 29 - Quadro contendo a indicação da revista "Veja Salvador". Fonte: <http://plataformadigital.wordpress.com/a/>. Acesso em 02/07/2012.

Em outro texto, de 2009, o restaurante é descrito como ponto turístico, já que: "O chique mora na simplicidade".

As mesas e cadeiras são de plástico, os pratos são do tipo duralex e toalha, nem pensar. Se você faz questão desses luxos é melhor não se aventurar pelo subúrbio de Plataforma para encontrar o bem escondido restaurante Boca de Galinha (Campos, 2009).

Outro texto elucidativo data de maio do mesmo ano, em um blog também pessoal:

Salvador é, na minha humilde opinião, o paraíso da pejorativamente chamada "baixa gastronomia", ou seja, dos restaurantes populares e simples, baratos, em lugares "feios", nada turísticos, mas que servem uma comida deliciosa e farta e, geralmente, são pródigos no item atendimento caloroso. [...] Na verdade, só descobri essa faceta da capital baiana graças à amigas e amor que adoram esses tipos de lugarzinho e têm um faro apurado para descobri-los. Eu, essa burguesa meia-boca, que adora restaurantes chiques, moderninhos e "charmosos" (i.e., caros e globalizados, nem sempre com uma comida que vale a pena), não tenho o menor talento para entrar em portinhas escondidas e lugares sem placa, além de ter verdadeira ojeriza a cadeiras e mesas de plástico [...] (Mariana, 2009).

O lugar é capaz de render até mesmo a "burguesa meia-boca" que gosta de "restaurantes chiques". A classificação estabelecida no texto, posicionando hierarquicamente a gastronomia acima de uma cozinha "caseira", por exemplo, cria o rótulo de uma "baixa gastronomia", em explícita hierarquização com a suposta "alta gastronomia". Mas é necessário observar que, ainda que considerada "baixa", existe a inclusão do restaurante no conceito gastronômico, ainda que seja preciso criar um rótulo específico, que lhe coloca em um nível "abaixo" na questão. É possível observar o tom de descoberta na descrição do lugar. Evidentemente, a "descoberta" se refere não apenas a falta de divulgação do restaurante, mas também a sua localização geográfica em



E sabor: o restaurante serve pratos simples, mas cuidadosamente preparados pela cozinheira e proprietária Edmar Souza, o que tem garantido uma clientela crescente de executivos, políticos e formadores de opinião. [...]. A trilha sonora fica por conta do trem suburbano que passa quase colado ao restaurante, assustando e deliciando a clientela. Simples ao extremo, a casa tem cadeiras de plásticos e garçons que trabalham de bermudas e chinelos. O requinte fica por conta da Baía de Todos os Santos, vista sob novo ângulo (Almfrey, 2010).

A tônica da simplicidade extrema é contrastada com o público de “alta cultura”. Mas há o requinte: apesar do barulho do trem, há a vista para a baía, sob um ângulo incomum.

Em novembro de 2011, o programa matinal “Mais Você”<sup>45</sup> produziu uma reportagem sobre o restaurante, com a indicação do ator Lázaro Ramos, baiano, um dos emblemas atuais da baianidade<sup>46</sup>, afirmando ser o restaurante com a melhor moqueca da cidade. A reportagem trata da “excentricidade” do restaurante, dando especial atenção à descrição das condições simples do estabelecimento e de seus proprietários. Há o *close* no proprietário emocionado, considerando a visita ao programa um importante reconhecimento do trabalho que faz há 21 anos.



Figura 32 - Edmar e Boca sendo recebidos por Ana Maria Braga. Imagem extraída da reportagem.



Figura 33 - Recebendo o prato que atesta sua visita no programa. Imagem extraída da reportagem.

Os proprietários receberam um prato que atesta sua visita ao programa, à maneira de um certificado de qualidade, referendado por uma personalidade da televisão em seu programa matinal de culinária e generalidades. No mês de fevereiro de 2012, último mês em que estive no estabelecimento, o prato ornava uma das paredes.

A segunda etapa da pesquisa se ocupou da observação no restaurante, feita durante o mês de janeiro de 2011. Visto que o restaurante funciona apenas durante três

<sup>45</sup> O vídeo está disponível em: <http://glo.bo/RFAxWQ>. Acesso em 11/08/2012.

<sup>46</sup> A análise se baseia na quantidade de referências feitas a ele na mídia eletrônica, enquanto negro, baiano e artista. Signo que foi reforçado especialmente por sua atuação no filme “Ó paí ó”, que descreve a rotina de Salvador, em tom de comédia.

dias da semana, sexta-feira, sábado e domingo, frequentei-o durante duas semanas. Utilizei o transporte público, que consistia em um ônibus até o terminal Rodoviário da Ribeira e de lá em direção ao terminal marítimo de Plataforma, onde uma embarcação nos leva até o outro lado. Dentro do terminal marítimo, na saída para a plataforma, havia poucos passageiros na embarcação, e não pude observar nenhum frequentador do restaurante fazendo o mesmo trajeto. A embarcação é simples, de madeira e metal, com a pintura descascada em algumas partes. Fazia sol durante o trajeto, e a vista era aprazível. À medida que nos aproximávamos, era possível avistar uma paisagem de pequenas casas debruçadas sobre a ferrovia, além de algumas edificações antigas e abandonadas.



Figura 34 - O trajeto de barco. Acervo próprio.



Figura 35 - Cais na chegada à Plataforma. Acervo próprio.

As palmeiras imperiais e o tamanho das edificações apontam que há ali um passado imponente, mas, na chegada, a impressão é a de um lugar vazio e silencioso, com o som eventual do trem passando em seus trilhos. Uma escada para estação de trem antiga leva à rua estreita, adornada por uma encosta de vegetação crescida e um contêiner de lixo. A caminhada na rua mostra as casas simples, de muros descascados e pequenas portas e janelas, não havendo nenhuma indicação sobre a direção do restaurante. A impressão de pobreza suburbana é quebrada quando carros de luxo aparecem estacionados de um lado da rua. O “Boca de Galinha” está próximo.



Figura 36 - Palmeiras ao lado dos trilhos do trem.  
Acervo próprio.

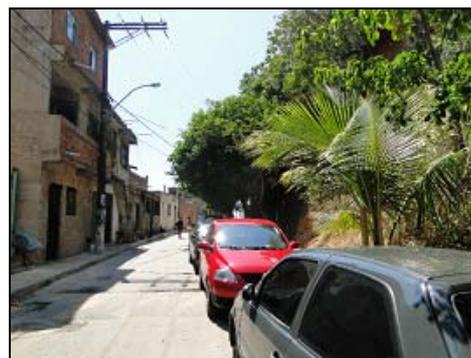


Figura 37 - Rua do restaurante. Acervo próprio.

Debaixo de um toldo patrocinado por uma empresa de cerveja, está o restaurante. Uma placa feita em madeira, adornada com um peixe espada, diz-se "Boca de Galinha". A casa é simples, como aquelas ao seu redor, apenas com algumas melhorias, como a fachada de azulejos novos. O restaurante ocupa o espaço térreo, a casa da família está acima.



Figura 38 - Frente do estabelecimento. Acervo próprio.



Figura 39 - Interior do estabelecimento. Acervo próprio.

Ao entrar, é possível sentir o cheiro da comida e da maresia, e a vista do mar logo se faz nítida. O mobiliário é feito de plástico, patrocinado também por uma empresa de cerveja, e não há toalhas sobre as cinquenta mesas. Os garçons circulam no espaço usando um guarda pó, bermudas e chinelos. Ao lado da porta, a cozinha, separada no espaço comum por um balcão. Cinco cozinheiras no pequeno espaço, picando, cortando e separando ingredientes, tratando peixes, selecionando o camarão e mexendo os grandes caldeirões de alumínio. As porções fumegantes seguiam para as mesas em panelas de barro, e o cheiro de azeite de dendê se misturava ao cheiro de mar. Os pratos são simples, bem como os recipientes que servem a comida.



Figura 40 - Interior do restaurante. Acervo próprio.



Figura 41 - Refeição disposta na mesa. Acervo próprio.

O único instrumento de decoração é um painel feito com um mosaico de pedaços de azulejo, feito por um grupo de meninos do bairro, que ilustra uma cena marinha, com peixes, algas e caranguejos. Foi possível perceber que o público que frequenta o lugar é bastante heterogêneo. Refiro-me a classe econômica dos frequentadores (passível de ser identificada por alguns itens de consumo, como carros e vestuário). Mas, em sua maioria, são moradores da cidade, perceptíveis por seu sotaque. Os turistas que pude identificar eram brasileiros, exceto por um grupo de estrangeiros em um dos dias. Às 12h30min, todas as mesas do restaurante já estavam ocupadas, e um dos garçons permanecia do lado de fora, anotando alguns nomes na lista de espera. Durante o período da pesquisa, o estabelecimento lotava às 12h30min e por volta das 16h30min, para os clientes que optavam por admirar o por do sol. Na saída, é entregue um cartão ao cliente, com as informações do restaurante. Ao lado do nome, há a especificação: “Especialidades em Frutos do Mar”. O restaurante não identifica sua mercadoria como comida baiana. Mas, como pudemos perceber nos textos citados anteriormente, é rotulado como tal.

#### *c.4) Paraíso tropical – a nova comida baiana*

O último restaurante a ser analisado foi escolhido por sua proposta: é o lugar da nova comida baiana. Assim, a proposta é entender como se dá a conjunção de elementos da comida tradicional e de uma comida contemporânea, refletindo sobre o que permanece e o que muda, sem deixar de ser identificada como “baiana”.

De início, vale citar que este restaurante não foi mencionado em uma pesquisa prévia entre os comensais. A primeira referência que encontrei sobre o restaurante estava em um livro sobre o azeite de dendê que continha um capítulo escrito sobre o proprietário, que explicava o porquê de criar uma “nova comida baiana”:

O mundo evolui por segundo. Porque a culinária baiana teria de ficar estagnada no tempo? Ela foi descoberta pelos escravos há mais de trezentos anos, quando não se sabia o que era triglicerídeo, gordura saturada, matéria graxa, raverestre, raveresterol, selênio, licopênio, antocianina, betacaroteno, etc. A criatividade existe em todo ser humano, mas infelizmente muitos não têm disposição ou têm medo de tentar [...] E por isso a culinária baiana ficou atrasada, tornou-se conhecida como “carregada” em gordura, pesada, indigesta, calórica. Mas na verdade, ela pode ser leve (Pimentel 2009, p.102).

O texto deixa transparecer que Beto Pimentel, agrônomo e *chef*, quer combater exatamente a característica de ser “pesada” e “gordurosa” que antecede à comida baiana, propagada entre os visitantes de Salvador, a já mencionada “maldição da Bahia”. Evidentemente, é possível perceber que o padrão de progresso que o autor utiliza para definir o “atraso” da comida baiana tem a ver com aquele estabelecido pela ciência nutricional nas últimas décadas, explícito no conteúdo do conhecimento que considera importante para a mudança dos padrões alimentares baianos. Por isso, em uma construção de uma nova comida baiana, ela se opõe a um dos caracteres principais que lhe são atribuídos; e a proposta é de uma comida leve.

O restaurante Paraíso Tropical está localizado fora do circuito turístico de Salvador. No bairro do Cabula, uma área de cultivo agrícola até os anos 70, está rodeado de condomínios residenciais. Entretanto, um dos diferenciais do restaurante em relação àqueles apresentados de início é estar localizado em um sítio de 60.000 metros quadrados no bairro, ocupados, principalmente, pelo pomar cultivado pelo próprio dono. Neste espaço, antes do restaurante, funcionava uma rinha de galo, que foi comprada pelo proprietário, assumindo a cozinha do negócio – mais tarde, se tornaria um elemento de sua identidade visual.



Figura 42 - Identidade visual do restaurante, com o galo à frente. Fonte: [http://profile.ak.fbcdn.net/hprofile-ak-snc4/41779\\_153780887987510\\_2932\\_n.jpg](http://profile.ak.fbcdn.net/hprofile-ak-snc4/41779_153780887987510_2932_n.jpg)

A pesquisa documental investigou especialmente a mídia digital, além de algumas publicações do restaurante, já mencionadas. A busca em ferramentas da *internet* demonstrou que, além de um *site* próprio, há diversas publicações em *blogs*. O que se observa, a primeira vista e o que difere este estabelecimento do anterior, é que muitas das análises eram de turistas durante viagens em Salvador. A narrativa descreve como ficaram impressionados com a proposta da nova comida baiana, de um cardápio mais “natural” e leve:

Sim, Pimentel faz uma “releitura” da culinária tradicional baiana procurando deixá-la mais natural, mais leve e destacar ao máximo as frutas. Todo o cardápio é recheado delas. São grelhadas junto com peixe, fazem parte da massa da torta e estão até dentro da moqueca [...] em vez de usar leite de coco, ele usa a polpa do coco verde batida com água de coco no liquidificador; em vez de usar azeite de dendê, ele cozinha o fruto do dendê junto com o camarão e acrescenta na moqueca uma massa de dendê feita no próprio restaurante (Blanco, 2008).

A descrição permite perceber que, apesar de outra manipulação dos ingredientes, para lhes garantir leveza, o cozinheiro mantém a matéria prima: o dendê e o coco. E “No lugar do vinagre, tome-lhe biri-biri, um frutinho verde e azedo que entra em quase todas as receitas. ‘Os peixes e frutos do mar são pescados só para mim, e a carne de sol que sirvo aqui, eu mesmo faço, e com filé-mignon’, entrega o chef” (Fonseca, 2010). A descrição é de uma comida exclusiva.

Os “blogueiros” parecem se divertir com a história de vida do cozinheiro, que trabalhou em um banco e teve uma loja de confecções antes de voltar a Salvador e comprar a rinha de galo:

Ele mora nos fundos do restaurante, numa casinha simples voltada para o pomar. À primeira vista, é difícil acreditar que esse homem miúdo e ágil tenha 72 anos. Ele também duvida. Quando perguntado, para pensa e dispara: “66”. [...] Quando sua segunda mulher e sócia, Célia, morreu atropelada na porta do estabelecimento, Beto desistiu de São Paulo. Voltou para Salvador com mala e dois filhos: Carla (a gerente) e Betinho. Ao todo, Beto produziu 23 (!) herdeiros, frutos de seis casamentos e vários relacionamentos. “Quando o amor não era suficiente para casar, não casava: mas assumi todos os filhos”, garante. É com uma frase-bordão que Beto explica a prole e diverte os clientes: “De dia na agricultura, de noite na criatura” (op.cit.).

Além da trajetória peculiar, admiram também a presença frequente do dono no restaurante, circulando entre as mesas, conversando com os clientes e checando a qualidade dos pratos. Os frequentadores elogiam o “carinho” que lhe é característico, como a generosidade da cesta de frutas colhidas no pomar entregue ao final da refeição. A localização também é um diferencial, especialmente para os turistas.

Os primeiros clientes chegam ao meio-dia e cinco. A descontração forçada das roupas e a tonalidade da pele entregam: estrangeiros. Cinco belgas, para ser mais preciso. A dica para almoçar ali foi de um amigo francês. A alegria é evidente no rosto de cada um. Chegar àquele endereço foi uma aventura. Deixaram a orla e o colorido da Salvador turística para se embrenhar por ruas de casas espremidas e mal pintadas, onde a cada metro se ouve uma música diferente e alta [...] visitam os três ambientes da casa e finalmente escolhem ficar na varanda, fresca e protegida por copas de árvores verdes e frondosas. Na altura das mesas, micos e pássaros se divertem pelos galhos (...) (op.cit.).

A aventura do trajeto para chegar a um local rodeado de casas simples é recompensada pelo visual bucólico e fresco em pleno verão soteropolitano – o tom dado é como o retorno ao meio rural, em meio à natureza e a simplicidade.

Junto ao elogio da simplicidade, há a menção ao reconhecimento através das premiações “gastronômicas”. É assim que se destaca o prêmio da “Commanderie Des Cordon Bleus de France”, uma das instituições de ensino mais conhecidas na área, e a eleição de melhor “cozinha baiana” pelo Guia Quatro Rodas, em vários anos consecutivos (Paraíso Tropical, 2011). Outros *chefs* reconhecidos pelo trabalhos de “resgate” da autêntica culinária brasileira também o reverenciam:

Ele também está entre os heróis da nova geração de chefs. Ana Luiza Trajano, do restaurante Brasil a Gosto [...] "Ele é um gênio", ela declara. "Com os conhecimentos que adquiriu na formação de agrônomo, Beto tornou a cozinha baiana leve e mais saborosa. E, de tanto admirar a beleza da natureza, trouxe o belo para dentro do prato." [...] Rodrigo Oliveira, o *enfant terrible* do restaurante Mocotó, em São Paulo, é outro fã. "Conheci o Beto numa viagem que fiz pelo Brasil em 2006. Gostei tanto do restaurante que, em Salvador, não fiz outra coisa senão ir lá: almocei, no dia seguinte almocei e jantei e no outro dia fui aceito na cozinha para conhecer o trabalho dele mais de perto", lembra. Beto é um "puro", na opinião de Rodrigo: "Autodidata, ele faz uma cozinha totalmente autoral e intuitiva e maravilhosa" (Fonseca, 2010).

O guia eletrônico “Veja Comer & Beber Salvador” premiou o restaurante nos últimos quatro anos na categoria “Melhor Moqueca”. O diferencial está no fato de que

Beto Pimentel cultiva de maneira apaixonada um pomar com mais de 6.000 espécies, incluindo frutas que muita gente nunca provou nem imagina que existam. Tem umbu, graviola, jambo, cajarana, sapoti, ingá, ouricuri, biribiri... Tais ingredientes conferem sabor único a típicos pratos da cozinha brasileira (Veja, 2012).

Em depoimento a um vídeo promocional sobre o restaurante, a filha do cozinheiro defende que o diferencial está na culinária: “É um restaurante muito simples, o quintal de uma chácara, mas são pratos sofisticados [...] até a própria decoração dos pratos é feita ali na hora, uma frutinha, uma florzinha”. A sofisticação aliada a simplicidade e a inovação na tradição – os elementos que compõem a mercadoria alimentar do restaurante.

O período de observação durou sete dias, durante o mês de outubro. O trajeto até o restaurante tornou explícito o fato de que, além de estar fora do circuito turístico, ainda que em um espaço não tão periférico quanto o Restaurante Boca de Galinha, o lugar não é de fácil acesso. Tentei chegar por intermédio do transporte público, mas os ônibus passam apenas na avenida central do bairro, que está distante o suficiente para tornar a caminhada excessiva. Ir ao Paraíso Tropical requer um carro e instruções precisas, e tenho que assumir que me perdi na primeira vez que tentei chegar ao lugar (há, inclusive, um vídeo no canal “Youtube” com instruções<sup>47</sup>). A rua é isolada, cercada de prédios de um lado e um longo muro do outro, em que é possível avistar alguma vegetação. O volume de carros estacionados em um ponto da rua sinaliza a chegada ao restaurante.

A construção em que está localizado aparenta ser uma casa residencial, mas, no corredor de entrada é possível perceber a fama do lugar: há um grande painel de fotos em que Beto Pimentel posa ao lado de personalidades que já estiveram no restaurante. Mais adiante, os diversos prêmios estão pendurados nas paredes. A decoração é, de fato, simples, com seu mobiliário de madeira, e os tons brancos das paredes e dos utensílios. Mas há o apelo à rusticidade, com os descansos de prato feitos de palha, as palmeiras em diversos pontos do restaurante, uma grande peneira de palha pendurada em uma das paredes, esculturas de barro; e a uma brasilidade em alguns objetos coloridos, como as almofadas de chita no sofá de espera e as cores dos uniformes dos garçons.



Figura 43 - Garçons arrumando as mesas. Imagem do vídeo: [http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF\\_SwiTg](http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF_SwiTg). Acesso em 14/07/2012.



Figura 44 - Espaço de descanso entre as árvores. Imagem do vídeo: [http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF\\_SwiTg](http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF_SwiTg). Acesso em 14/07/2012.

Da primeira vez, às 12:45, já não havia lugar disponível para clientes que chegassem naquele momento. Vinte minutos mais tarde, com clientes já acomodados no

<sup>47</sup> O vídeo está disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=LYZBIDNIQlo>, acesso em 10/03/2012.

sofá enquanto aguardavam o andamento de uma lista de espera, uma pequena fila se formava do lado de fora. Quando entrei, um dos garçons dirigiu-se a mim para informar que não havia mais lugar e me perguntou se era a primeira vez que visitava o restaurante. Diante de minha resposta positiva, aconselhou-me, da próxima vez, a efetuar uma reserva, porque o restaurante costuma estar cheio àquela hora. Durante o período observado, foi possível comprovar o que me dissera, especialmente durante o final de semana, com filas ainda maiores. O conselho também tinha a ver com o tempo de permanência habitual dos clientes. Diferente dos outros restaurantes, em que o tempo médio de permanência era de uma a duas horas, a maioria dos clientes do Paraíso Tropical permanecia duas horas e meia, três – nem sempre comendo, mas conversando e bebendo.



Figura 45 - Galos na decoração. Imagem do vídeo.

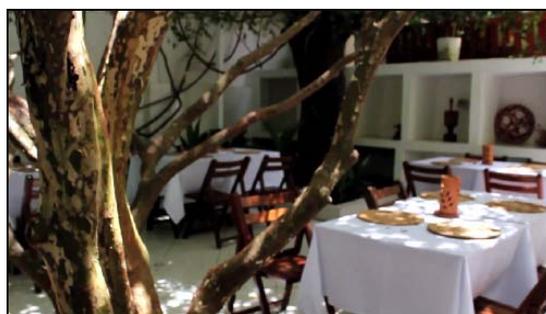


Figura 46 - Andar debaixo do restaurante, com uma jabuticabeira à frente. Imagem do vídeo.

Durante o tempo em que estive em campo, o *chef* estava quase sempre no restaurante, na cozinha e, especialmente, circulando entre as mesas. Registrei que sua presença nas mesas era requisitada pelos clientes, que queriam elogiar a comida, conversar sobre uma fruta e mesmo perguntar sobre a disponibilidade de outra. A abordagem de Beto Pimentel é muito intimista, aproximando-se com um sorriso, um abraço, posando sempre para fotografias ao lado dos clientes – com uma atenção especial às crianças. Atendendo ao pedido de um cliente, subiu em um dos pés de jabuticaba para tirar as frutas que estavam nos galhos mais altos, que entregou para um funcionário já posicionado com uma cesta ao pé da árvore.

Sobre os clientes, foi possível identificar, em virtude de seus sotaques e mesmo da conversa deles com o *chef*, que grande parte deles não residia em Salvador – havia, em comparação com os outros restaurantes pesquisados, muitos estrangeiros conversando nas mesas. O sotaque paulistano era frequente. Confesso que foi difícil

manter-me consumindo neste restaurante durante a observação, como fiz em outros restaurantes pesquisados, em virtude do preço elevado das refeições – é um estabelecimento para comensais de alto poder aquisitivo. O cardápio contem outros pratos rotulados como parte da comida baiana, como a frigideira, mas a moqueca ganha diversas versões, com a utilização de frutas em sua composição com a denominação “Moqueca ao Paraíso”, contendo diferentes frutos do mar.

A entrevista com Beto Pimentel ocorreu numa sexta-feira, por volta das 21h, quando o movimento diminuiu. Estava vestido com o jaleco comum aos *chefs* de cozinha e conversava enquanto dava ordens para o fechamento do restaurante e se despedia – com beijos e abraços – dos últimos clientes.



Figura 47 - Beto Pimentel cheirando cupuaçu em seu pomar. Imagem do vídeo.

Inicia a história contando como aprendeu a cozinhar:

Aprendi porque minha avó era a melhor cozinheira da Bahia, mas quando eu despertei pra gastronomia ela já tinha morrido. Mas a fama dela corre até hoje. Quando a princesa Elizabeth veio pra cá, foi ela que fez os salgadinhos, e os doces, foi ela. Só que ela fazia de graça, porque ela era rica, amiga da primeira dama. Ela era uma mistura danada, francês com espanhol e português. Aí chegou a parte de meu pai, que tem português, tem índio, tem preto, tem tudo. (risos) Eu sou uma salada de frutas [...] Até hoje falam que os bolinhos de jenipapo que ela fazia, ninguém sabia fazer igual. Mas, naquela época, que tinha essa coisa de segredinho, aí ela morreu e levou com ela. Mas minha mãe lembrava e dava um toque. Mas eu mudei muita coisa.

A importância que reconhece em sua ascendência mestiça é identificada como parte de seu conhecimento, mas remetendo a figura da avó materna – seu conhecimento também advém da sabedoria feminina de sua família. Mas identifica a mudança deste

repertório como essencial para seu sucesso. A invenção de uma nova comida baiana teria se dado por um motivo bastante prático:

Então, essa releitura, atualizando a comida baiana, eu me preocupei porque eu sou apaixonado por dendê e o dendê daqui eu não conseguia comer. Me fazia mal. Começou a me dar refluxo com a idade. E aí eu tirei o dendê e continuou o refluxo, o leite de coco. Um dia eu falei porque não usar então água de coco, do coco verde [...] que tem 90% menos gordura [...] Aí comecei a usar isso.

Sua fala reflete a afirmação de um caráter inventivo no momento de compor um novo prato, para esta comida baiana dita mais leve, e com a mobilização de elementos que permanecem baianos, mas utilizados de outras maneiras. Mas, a inovação de ingredientes precisa ser aplicada em doses equilibradas.

Aí, o quê que eu fiz, tirei a massinha da fruta do dendê, socada no pilão [...] eu adiciono a ela o caldinho do cacau, coloquei o melzinho que pinga da fruta da graviola [...] um pouquinho de urucum e misturei no azeite, ficou parecendo licor. [...] e porque não colocar também um pouco de ingredientes novos e nossos? Experimente colocar um pouquinho de caldo de cajá umbu ou de umbu numa moqueca [...] Mas, tem que saber dosar. Tudo na gastronomia tem que saber dosas. Porque senão, aí descaracteriza, você vai ter uma moqueca com gosto de umbu, de tangerina.

O cozinheiro conta que sua receita de moqueca inclui mais de trinta ingredientes, diferente da tradicional. Mas que não perde o valor de “moqueca”. O tom da modéstia também perpassa a entrevista, ao passo que reconhece a fama do restaurante:

Mas eu não esperava que fosse obter o sucesso que teve. Eu não tenho baixa estação, é lotado toda semana, o ano inteiro. Dia de sábado e de domingo é fila. Tem gente que come no chão. Paralamas do sucesso já comeu nesse chão aqui, ó.

Sobre os clientes que frequentam o restaurante, de fato, são muitos estrangeiros, especialmente pela menção em guias turísticos. Mas nota que nos últimos anos o público tem mudado.

Vem muito suíço aqui. Vem canadense, vem gente do mundo inteiro [...] Muito gringo vem pra cá, ixi. Saí em todos os guias da Europa, agora ganhei um dos “Cem melhores restaurantes do mundo”, foi um guia da Itália agora. [...] Até o ano passado, setenta por cento dos meus clientes era de fora. Hoje tá meio a meio. [...] Porque pessoas conservadoras, principalmente pessoas com acesso à mídia e proprietários de restaurantes. Eles, com ciúme, começaram a dizer que eu estava descaracterizando a comida baiana. Evolução é uma coisa, descaracterização é outra.

Assim, atribui a pouca frequência de baianos e brasileiros aos comentários negativos de outros proprietários que o acusavam de descaracterizar a comida típica – acredita que as pessoas começaram a perceber que não se trata de descaracterização, mas de evolução.

## **Capítulo 3 – Trânsitos dos rituais da baianidade: entre a comida imaginada e a cotidiana**

O último capítulo, então, se empenha em estabelecer a mediação entre a comida baiana idealizada e a cotidiana, refletindo sobre a relação entre o composto no primeiro capítulo e a análise das informações colhidas durante a pesquisa de campo. Em verdade, o objetivo é demonstrar a compreensão de que não se trata de uma disjunção, entre o hábito extraordinário e o hábito rotineiro, mas de novas mediações, na composição de hábitos e rituais dos comensais envolvendo o alimento, que não são considerados tradicionais, que sentem o impacto da ritualização dos hábitos proposta pelos restaurantes de comida baiana. Estabelecimentos estes que tem modos diferentes de mobilizar as representações em torno da comida baiana e de seu consumo, e que representam uma contribuição importante na identificação do ser baiano.

Deste modo, na primeira seção temos uma análise da relação entre cultura e identidade e hábitos de consumo como parte de uma composição de mercadorias imateriais de Salvador e da Bahia, com auxílio dos teóricos sobre a temática, criando uma rotina para a cidade e seus visitantes. Na segunda seção, analisaremos de que modo os comensais incorporam a necessidade destes padrões de consumo para atestar sua baianidade e de que maneira os restaurantes se inserem nesta rotina, tornando-se parte da enunciação do ser baiano e criando novos ritmos para os hábitos – também alimentares – da cidade.

### **3 – 1 Consumo e identidade através do signo da baianidade e da comida baiana**

Como vimos ao longo do trabalho, conforma-se um novo contexto no século XXI: “A cidade do Salvador, que nunca se especializou em produzir mercadoria alguma por muito tempo, torna-se ela própria mercadoria [...]” (Moura, 2001, p. 309). E uma mercadoria que se afirma, especialmente, a partir de uma especificidade cultural própria de um estado, que combina elementos ligados a um ideário de tradição, sensualidade, religiosidade, negritude, familiaridade, hospitalidade e generosidade, para citar apenas alguns. Mas não se trata de um momento histórico peculiar à Bahia, puramente.

As últimas décadas do século XX assistem uma nova relevância da temática cultural para as Ciências Sociais, com a participação de instituições do ramo em setores da economia e a afirmação de um mercado de consumidores de bens culturais no Brasil.

É assim que, para Ortiz, a partir da década de 40, a formação de uma sociedade urbano-industrial vai tornando possível a formação de uma cultura popular de massas (2006). Com o advento das produções radiofônicas e televisas, além do aparato anterior da imprensa escrita e da literatura, nas décadas seguintes, avança o processo de mercantilização (e seleção de aspectos) da cultura brasileira. Mas, de maneira conjunta, enuncia também a venda de produtos da indústria, como a marca de café *Nescafé*, que patrocinava e produzia algumas das telenovelas:

(...) os anunciantes e as agências de publicidade não eram meros vendedores de produtos, mas também produtores de cultura. Evidentemente uma cultura popular de massa, mas que produzida no contexto do pioneirismo brasileiro conferia aos produtos anunciados uma aura que certamente eles desconheciam nas sociedades avançadas (op.cit., p. 61).

Especialmente porque a mensagem contida também era a da necessidade de consumo dos, de modo a garantir a consolidação da modernidade brasileira. Com a consolidação do Estado militar e a censura, temos um impacto sobre a especificidade do conteúdo cultural, mas o incentivo à industrialização tem um impacto direto sobre a criação de um mercado de bens de consumo. Do mesmo modo, é neste período que se cria a infraestrutura para a indústria cultural, como as redes tecnológicas de telefonia e os órgãos governamentais voltados à cultura. O ideário de integração nacional que marca esta gestão também beneficia a indústria cultural, sendo o Estado um dos importantes usuários dos serviços da publicidade, por exemplo. É assim que a década de 70 será marcada, então, pela afirmação de um mercado de bens culturais, através do cinema, da música e da televisão.

A indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos; a ideia de nação integrada passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado-consumo (op.cit., p. 165).

Vimos, no primeiro capítulo, de que modo a definição de baianidade se ampara em produções deste meio cultural, como a música, a literatura e a imprensa na definição de uma cultura popular baiana – no capital cultural do estado. E de que modo o trabalho do turismo se apropria deste conteúdo e o seleciona de modo a elevá-lo ao caráter de propaganda da cidade de Salvador e de seu estado, como mecanismo de atração para os visitantes. O turismo é importante na medida em que é um dos atores que capitaliza este repertório cultural, junto à indústria cultural da Bahia. Em verdade, parecem caminhar

juntos durante todo o percurso, amparando-se mutuamente. E como este anúncio se autonomiza, tornando-se parte do ser baiano. Como observado por Moura, pensando novamente em termos nacionais, “A quem percorre o Brasil, salta aos olhos a desproporção com que baianos e piauienses, por exemplo, recitam o texto sobre si próprios, em termos de investimento de tempo, de energia, de expectativas” (Moura, 2001, p. 8). É assim que a composição da Bahia, pensada como Salvador e Recôncavo, torna-se um núcleo de significação nacional por intermédio da indústria cultural, compondo uma definição de Brasil em conjunto (e em competição) com o Rio de Janeiro. E, ainda mais importante para este trabalho, observamos de que modo a comida baiana está inserida no discurso identitário sobre a Bahia como importante elemento estético, compondo e contribuindo para a definição do ser baiano. Como visto por Belasco e Scranton, "The connection between identity and consumption gives food a central role in the creation of community, and we use our diet to convey images of public identity" (2001, p.1).

E, diante deste mercado de bens simbólicos, os hábitos de consumo de bens culturais são emblemas da identidade de determinados grupos. Notadamente em tempos de mundialização cultural, que demandam a composição de um “internacional popular”:

A consolidação de uma sociedade moderna no Brasil reorienta essa imagem na medida em que a cultura brasileira passa a integrar o mercado ajustada agora aos padrões internacionais [...] uma outra direção, a de passarmos da defesa do nacional popular para a exportação do ‘internacional-popular’. Se lembrarmos que os economistas consideram por internacionalização o processo de adequação de normas de produção a nível da produção internacional, percebemos que a ‘qualidade’ dos programas realizados no Brasil, para se “elevar”, tem que tomar como referência o gosto dominante do *mass media internacional* (Ortiz, 2006, p. 205).

Como não poderia deixar de ser, sendo também um produto de apelo cultural, este tipo de padronização a partir de um gosto internacional tem impactos na mercadorização da comida baiana e na conformação de novas definições de seu ideário, como o Estado-nação se reinventa em tempos de mundialização (Ortiz, 2000).

Pensando em outros termos, o que buscamos definir em uma seção deste trabalho foi o processo de composição de um mito em torno do ser/tornar-se baiano/a, que se torna produto. Como visto por Lévi-Strauss em sua obra, buscando compreender as estruturas universais que compreendem os mitos dos agrupamentos humanos, o mito é uma das representações da linguagem de determinado grupo, ao mesmo tempo em que também atua como estruturante este repositório linguístico (1975, 2004). Neste sentido,

o considera veículo essencial de significação para os grupos. Não cabe aqui emprendermos uma possível crítica ao estruturalismo, mas destacar as observações que consideramos frutíferas ao trabalho. É assim que o autor aponta para o fato de que, enquanto mito, tem como referência uma estrutura que remete ao passado, mas, por seu caráter permanente, relaciona-se também com o cotidiano e com o futuro. Trata-se de um repertório que é explicitamente datado, mas seu caráter não o impede de assumir novas nuances, adaptando-se as necessidades de outros tempos. Esta elasticidade, sem a perda da relevância, definida por Lévi-Strauss parece-me muito próxima da observação da relação entre ordinário e extraordinário que se estabelece em torno da comida baiana. O mito tem como parte de seu conteúdo o hábito alimentar, que envolve formas de produção e de consumo dos alimentos.

E, nesta relação entre o imaginado e o cotidiano, que não a invalida, a componente mítica define e se realiza através de determinados ritos alimentares. Sobre o ritual, especificamente, vale tratar de algumas contribuições que me parecem elucidativas. É assim que Da Matta o definirá enquanto um momento importante de definição do pertencimento à determinado grupo, a partir do aprendizado de determinadas estruturas fundadoras do mesmo: “tudo, enfim, que [...] deve saber para que possam ter o sentimento de pertencer exclusivamente a uma dada sociedade e dela se orgulhar” (1987, p.151). Em um trabalho sobre os rituais de um determinado grupo africano, Victor Turner também ressalta sua importância enquanto revelador de valores dos agrupamentos humanos, amparados em sua experiência empírica (Turner, 1974). E Leach, por sua vez, dá destaque ao fato de que os rituais estabelecem a noção de tempo nas sociedades, criando intervalos dos mesmos, marcando o desenvolvimento social de determinado indivíduo. É assim que, em determinadas ocasiões: “As pessoas vestem-se com uniformes ou com roupas gozadas; comem comida especial ou jejuam; comportam-se de modo comedido e solene, ou condescendem em abusos” (Leach, 1974, p.203). Nessa medida, vale pensar nos rituais que representam a transição para a baianidade, para os viajantes, por exemplo, ou em sua reafirmação entre os moradores.

A partir da composição e do conteúdo do mito, é assim que, o contexto composto no início da seção define e divulga os rituais de ser baiano, que, em sua aceção tradicional significaria consumir a comida de azeite, feita artesanalmente por mulheres negras (generosas e sensuais), de vínculo religioso com o candomblé, em um restaurante (ou banca de feira) simples, porém limpo. Ou participar dos rituais festivos

de espaços afro-religiosos, consumindo a comida de determinado orixá. Ter uma mãe/tia dotada do conhecimento do saber-fazer da comida baiana, feita em comemorações familiares e apreciada por toda a família. E ainda significaria comer um acarajé na banca da baiana do bairro, pedindo pela versão quente – com muita pimenta. E experimentar a baianidade teria como parâmetro estas caracterizações. É possível observar como os restaurantes são minoria entre os espaços de experimentação definidos tradicionalmente. Como considerado por Odorico Tavares, na década de 50, provar a verdadeira comida baiana requeria conhecer alguma família tradicional da cidade (1951). Para Amado, estava nas bancas das feiras e na Rampa do Mercado Modelo ou no restaurante de Maria de São Pedro, e apenas neste estabelecimento. Ademais, o comer incluía a companhia de amigos ou da família, em um momento de sociabilidade e diversão. E um rol de pratos, como acarajé, caruru, vatapá, frigideira e moqueca.

Evidentemente, tratam-se de caricaturas, como não poderia deixar de ser. É mais provável que o consumo da comida de azeite nunca tenha sido tão frequente quanto se alardeia, e nem tenha se restringido a estes espaços com a presença desses atores na maioria do tempo. Afinal de contas, estamos tratando da composição de ideários romantizados, em que a rememoração se destina a uma finalidade e se apresenta na criação de um passado mítico que embasa determinada política de patrimonialização de um hábito específico, por exemplo (Huysen, 2000). Mas a definição deste bem cultural propõe rituais em torno da alimentação, em torno do fazer e do comer, de modo a considera-la “comida baiana” ou não. E é a partir desse referencial que analisamos as permanências e transformações encontradas em campo.

### **3 – 2 Tradição e inovação: a mediação de comensais e de restaurantes**

Como vimos, alguns dos intelectuais alertam para a perda da autenticidade da comida baiana, em um processo que é resultado da modernização da Bahia, através do desenvolvimento econômico provocado pela industrialização. Risério comenta as consequências do processo:

Dinamizou o comércio – o que conduziu à aparição, no nosso meio, das figuras do supermercado e do *shopping center*. Engrossou o movimento migratório (de baixa e alta rendas). Deu corpo, de repente, à Pituba (com seu correspondente culinário no disparate do acarajé com salada) (Risério, 2004, p.545).

A insatisfação se reflete, clara, na crítica ao “disparate” que é adicionar um novo recheio ao bolinho. Os livros de culinária do século passado também alertavam para a diminuição do consumo da comida baiana, bem como sua descaracterização (Pinto Netto, 1986; Vianna, 1977, 1939). Um dos receios é o de que a influência de cozinhas do exterior – em uma adaptação do acarajé à semelhança do *sandwich* americano, por exemplo – e do discurso médico que alertava para a quantidade de gordura na comida típica, influenciassem os comensais de modo que a comida baiana terminasse por banida dos hábitos alimentares baianos.

Entretanto, em contrário, o que se observa é o empenho da rede formada por instituições governamentais, organizações comerciais, intelectuais e segmentos ligados à venda de produtos da comida baiana em prol de uma publicização e mesmo patrimonialização destes hábitos. O tombamento do Ofício das Baianas de Acarajé (IPHAN, 2007) ou o Museu de Gastronomia Baiana atuam neste sentido, por exemplo. De modo semelhante, o aumento da quantidade de restaurantes especializados na cozinha baiana também aponta para a formalização do ramo. É difícil precisar a quantia exata, uma vez que se trata de um ramo bastante volátil, mas no guia gastronômico Veja, que representa apenas uma pequena parcela, temos a menção a 19 estabelecimentos – como visto por Queiroz, até a década de 70 havia apenas um restaurante conhecido (2002). A ABAM (Associação das Baianas do Acarajé e Mingau do Estado da Bahia) estima que hajam 2,5 mil baianas do acarajé registradas em Salvador<sup>48</sup>. Se pensarmos na população de Salvador medida pelo censo de 2010<sup>49</sup>, temos uma média de aproximadamente uma baiana para cada mil habitantes, o que é bastante significativo, e há de se considerar que há um grande contingente de baianas não registradas.

Para pensar nas transformações propostas pelos novos hábitos, tem-se a centralidade do acarajé como ícone da comida baiana. Evidentemente, é resultado da composição do ideário e do incentivo da indústria cultural e do turismo. Mas sua iconização também passa por uma transformação. Vivaldo da Costa Lima, por exemplo, observar que apesar da receita do acarajé ser mantida, o bolinho dobra de tamanho e são

---

<sup>48</sup> Dado extraído da notícia: <http://www.secopa.ba.gov.br/noticias/dia-da-baiana-do-acaraje-e-celebrado-com-festa-no-centro-historico-de-salvador>. Acesso em 01/07/2012.

<sup>49</sup> Segundo as estimativas de 2010, são 2.675.656 habitantes. Dados recolhidos em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=2204&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2204&id_pagina=1). Acesso em 01/09/2012.

adicionados novos recheios e molhos. São utilizadas outras comidas de azeite, como o caruru e o vatapá. O caruru, mistura feita com quiabos, azeite de dendê e camarão é também comida votiva, ofertada na cerimônia aos Ibejis ou a Iansã. O vatapá, vinculado a Ogum, é uma pasta feita com pão adormecido ou farinha de rosca, azeite de dendê, leite de coco, camarão seco, amendoim, castanha e gengibre (Lody, 1992). A salada, feita com tomates verdes e maduros, cheiro verde e vinagre e um molho feito com camarões pequenos, temperados com azeite. E a permanência do molho de pimenta, uma opção do comensal, fazendo do acarajé quente ou frio de acordo com a presença ou ausência do ingrediente. As receitas podem variar bastante entre as baianas para esses acompanhamentos, bem como a presença de apenas alguns ou todos os recheios citados.

Julgo frutífera a observação de Lima, julgando que o aumento do bolinho e a adição de recheios surgem como respostas ao crescimento da necessidade de comer fora de casa, por meio do aumento da população urbana e a distância maior entre a casa e o trabalho. O preço proibitivo dos restaurantes influenciaria no consumo de opções mais baratas, como o acarajé, que poderia atender como uma refeição com os acréscimos. Entretanto, como observado pelo autor, as mudanças na composição podem também ter sido causadas pela demanda dos turistas, “que, segundo uma antiga baiana, ‘gostam de novidades’”(Lima, 1999, p.35). Sem mencionar os novos processos de produção, que incluem a transferência do processo de fritura do bolinho para a rua e a especialização de algumas empresas na venda da massa de feijão fradinho pronta para fritar. E a venda de acarajé congelado e acarajé *light*. Ou os novos espaços de venda, como as finas *delicatessens* ou mesmo bares e lanchonetes que incluem o acarajé no cardápio, em um atestado do elevado grau de consumo da iguaria e as possibilidades de formalização de sua venda, para insatisfação das tradicionais baianas, vendedoras de rua (Borges, 2008). Mesmo a baiana não permanece a mesma, com a participação dos baianos de acarajé, de baianas louras e, especialmente, com o surgimento da baiana de acarajé evangélica no ramo, que higieniza o bolinho de qualquer influência da religião afro-baiana para garantir que o evangélico, mesmo após a conversão, não tenha que deixar de comer o acarajé.

Tomando como parâmetro o ícone “acarajé”, o que gostaria de destacar é que, apesar dos protestos dos mais puristas diante das novas formas que assume seu consumo e produção, a iguaria mantém seu posto, podendo mesmo afirmar que mais protegido do que nunca. Permanece marcado pelo dendê, pelo camarão seco e pela matriz da

culinária africana, guardada pelas baianas negras, salvaguardada na patrimonialização estatal. Mas assumindo novas formas, reflexo de novas demandas da contemporaneidade, mas também do papel central que assumiu para a identidade baiana.

Tendo a fazer uma análise semelhante sobre os hábitos dos comensais com a ressalva, mais uma vez, que este consumo provavelmente nunca foi tão frequente assim. A denúncia dos livros de culinária de que a cozinha baiana estaria sendo corrompida por influências externas (Brandão, 1948; Pinto Netto, 1986; Vianna, 1977), por exemplo, me parece tão ocupada em afirmar uma autenticidade que tende a ignorar o fato de que a cozinha de Salvador, ela própria, se formou por influências externas. E que, mudados os comparativos europeus, a culinária africana (que predomina no ideário da comida baiana) sempre sofreu o impacto do racismo que a tornava uma cozinha inferior às outras. Evidentemente, a história mostra que os hábitos alimentares têm bastante flexibilidade e que o consumo da comida afro-baiana era comum durante os séculos passados, especialmente como comida de rua, e possivelmente pelas próprias elites. Além do impacto da culinária americana ou da francesa, por exemplo, há também o processo de *lightização* do comer (Santos, 2008), que culminaria no fim do consumo de comida baiana. Ainda que a pesquisa realizada por este trabalho seja qualitativa e não tenha o objetivo de generalizar sobre este consumo e que não haja pesquisas quantitativas sobre o assunto, julgo que é possível perceber que não se trata do fim. Mas, mais uma vez, de uma reinvenção.

É assim que observo, por exemplo, o fato de que Carolina, uma das entrevistadas, se incomodou quando perguntei se seu consumo alimentar estava restrito apenas à comida baiana. Além de um sinal de descuido com a alimentação, pareceu que a ofendia, como se a chamasse de provinciana – apressou-se em me dizer que comia muitas outras comidas típicas, como a italiana, ou francesa, ou carioca, por exemplo. Ao mesmo tempo, quando lhe perguntei sobre a frequência que comia, riu, como se percebesse alguma contradição. Terminou por dizer que consumia praticamente todo final de semana e que a comida baiana estava sempre presente em datas comemorativas de sua família – como o aniversário da filha, nascida em festa de santo. Andressa, por sua vez, conta como consumia mais quando era vinculada ao candomblé e quando sua avó, que fazia todas as sextas-feiras, estava viva. Mas, conta como ainda consome na sexta-feira santa, feriado católico, e mesmo eventualmente, ainda que não defina a frequência.

Andressa me parece, destacadamente, sob influência da ideologia da comida *light*, buscando omitir o consumo das iguarias gordurosas. O processo de aprendizado de Luana, por outro lado, revela o processo que é citado pelas entrevistadas, de costume com a comida baiana – costume com o azeite de dendê. Sendo paraense, e conhecendo a versão do vatapá e do caruru de sua origem, conta como era atraída pelo cheiro do azeite de dendê, mas que seu organismo demorou a se acostumar. Mas, quando isso aconteceu, parecia um costume adquirido desde sempre. A entrevistada consome de modo mais frequente durante os rituais do terreiro de que faz parte ou eventualmente, como comida de rua.

A análise das entrevistas permite perceber que a definição de “comida baiana” não é única, e não poderia sê-lo. As diferentes trajetórias dos comensais implicam em diferentes caracteres da comida baiana. Para Márcio, tem a ver com caracteres culturais amplos, não tão definidos em sua fala, mas que tem de ser salvaguardados; para Carolina, é importante ressaltar que está relacionada aos hábitos alimentares dos escravos, e não ao candomblé; e para Andressa e Luana, tem a ver especialmente com a religião afro-baiana, por motivos familiares ou pela escolha de uma religião.

Do mesmo modo, sobre seu repertório, percebe-se de que modo está vinculado à matriz africana, ainda que em uma negação deste vínculo, como na fala de Carolina. Julgo que não se trata de uma exclusividade do saber fazer legítimo, como observado por Jerônimo Vianna (1939) em livro do século passado, mas como fonte de saberes – permanece, como uma das obrigações religiosas, o aprendizado da culinária, como destacado por Luana. Isso mantém a importância da cozinheira negra, por exemplo, que também está referendada na imagem das baianas de acarajé. Em comparação ao repertório levantado pelos livros de culinária do século XX, ainda que a presença de determinadas receitas em seu conteúdo não atestem seu consumo, parece haver, de fato, uma simplificação. É assim que, na fala dos entrevistados, a moqueca de peixe tenha um lugar destacado, como o acarajé, o caruru, o vatapá, o bobó de camarão e a frigideira. O que parece é que o efó e o eguedê, por exemplo, não pertencem ao cardápio selecionado para o consumo mais frequente dos comensais ou dos turistas – mas não há como saber se pertenciam apenas as cerimônias afro-religiosas, por exemplo. Em uma expressão só, Andressa conta como, pra ela, comida baiana “é tudo que vai dendê”. De fato, na fala dos comensais, o ingrediente permanece como marcador central da baianidade.

A comida cotidiana parece marcada pelo binômio do arroz e feijão, como observado na fala de Luana, por exemplo. Seu depoimento é elucidativo do modo com que o prato se consolidou como parte de um repertório da alimentação popular brasileira, em conjunção com a farinha de mandioca (Dória, 2009; Maciel, 2004). O depoimento de Andressa também demonstra como as intervenções em prol da saúde através da alimentação em sua família foram feitas na modificação deste binômio, mas mantendo o feijão:

Era muito isso, viu? Feijão lá em casa não podia faltar de jeito nenhum. Pai inventou de fazer uma época, eu acho que eu tinha uns 14 anos, até 16, um trigo, que faz o quibe. No lugar do arroz. Porque ele achava que arroz fazia mal, inchava a barriga, que não sei o quê. Aí mudou pro quibe, né, que é o trigo. Aí amassava o alho, fazia assim, recheava ele com o alho, um pouquinho de óleo e aí colocava carne moída. Aí fazia assim aquele quibe cozido, na verdade. Em vez de ser enroladinho, era quibe cozido. Botava todos os temperos. Aí botava feijão, fazia aquela massa no prato com carne, com tudo e aí a gente comia. A gente foi criado assim, comendo feijão, cuscuz de manhã.

É assim que as entrevistadas trataram com extrema naturalidade o fato de haver uma comida baiana e outros pratos, não identificados como baianos, como parte de seu cotidiano, ainda que moradores de Salvador. A relação entre norma alimentar, aqui definida como a “comida baiana” nos termos alardeados em alguns guias turísticos e livros de culinária como de consumo cotidiano dos baianos, e hábito alimentar, que tem a ver com o que se come cotidianamente, parece bastante flexível em seu imaginário. Vimos como o consumo do feijão, arroz ou farinha foram frequentemente citados para ilustrar esta comida cotidiana, que não é baiana. Ao mesmo tempo, para aquelas que a consomem, a comida baiana é cotidiana. Mas, de que cotidiano estamos falando? Não se trata apenas de considera-lo quantitativamente, a partir do consumo diário, mas, com frequência, do semanal, como é o caso da comida baiana às sextas feiras. Ou, mesmo que seja menos frequente, apenas durante rituais ou datas comemorativas. O que pode se observar que a construção do cotidiano não é tão simples como possa parecer. Valeria pensar que o poder significativo do mito é tão destacado que, na oscilação entre cotidiano e extraordinário, a comida baiana parece permanecer um hábito alimentar bastante significativo na vida dos comensais. Mesmo aqueles que não a consomem, todos concordam que a comida baiana é parte importante da cultura baiana. É um dos fatores distintivos, porque não existe uma comida similar em lugar nenhum.

Vale destacar também que os discursos de identificação parecem ter como interlocutor importante o estereótipo do turista de massas. A importância de

salvaguardar os caracteres da cultura, como a comida baiana, parece estar bem afirmada na importância do consumo turístico. De modo semelhante, é possível perceber o tom pejorativo quando se fala dos viajantes, que não entendem e não são “fortes” o suficiente para comer a comida baiana, tendo que se adaptar, se acostumar a um cardápio que não é “digestivo” para o seu organismo – todos concordam. É possível mesmo que essa necessidade de adaptação para o consumo tenha como reflexo imediato à ideia da comida exótica, distintiva, fundamentalmente baseada no azeite de dendê – que se reflete na fala de turistas e de moradores quando tratam deles.

O hábito frequente de comer fora em ambientes formalizados como os restaurantes não é uma realidade para as entrevistadas. Em verdade, quando se fala em comida baiana, temos uma vinculação ao ambiente doméstico ou religioso. Quando mencionados, os estabelecimentos são informais ou não pertencem ao circuito tradicional, como é o caso do restaurante “Boca de Galinha”. Em posse destas informações, arrisco dizer que a “autenticidade” de uma comida baiana, para os moradores, mora exatamente na impressão de uma ausência de preocupação do lugar com um possível paladar “desacostumado” dos viajantes, como é o caso de Dadá, que só usa um fio de azeite de dendê nas comidas feitas no restaurante, só pra dar “cor e charme”. O uso comedido do dendê refletiria o descompromisso com a autenticidade da comida baiana, que exige sua marcação.

\*\*\*

Ao tratar dos dados da pesquisa de campo empreendida nos restaurantes proponho pensar nestes estabelecimentos como instituições sociais que, como parte de um sistema mais amplo, cumprem um papel fundamental na regulação de rotinas da alimentação e do acesso aos meios gastronômicos pela sociedade. É assim que pensamos o repertório da comida baiana oferecida neste circuito comercial, como parte importante na definição de novos rituais alimentares na sociedade, e também como resposta às demandas envolvidas no hábito de comer fora – contemporaneamente, podendo ser comum a outros segmentos econômicos da população brasileira. Ademais, a proposta também era de pensar como representam espaços de experimentação da baianidade, que pode ser diversa, a partir de todo o percurso que envolve o “comer” nestes lugares.

Enquanto instituição social, vimos de que modo respondem a modernização da cidade de Salvador, correspondendo ao espaço de uma parcela significativa da rotina alimentar dos moradores da cidade – influenciada pelas novas distâncias entre o domicílio e o local de trabalho, por exemplo. Também correspondem ao processo de mudanças na rotina do trabalho doméstico, atuando na liberação destes afazeres, junto à oferta de comida pré-cozida como a congelada e a enlatada, por exemplo. Especialmente se pensarmos que a comida baiana é considerada de feitiço trabalhoso.

Neste contexto, o restaurante de comida baiana se afirma, publicamente, como um espaço dotado do saber fazer da comida típica, em uma tentativa de abarcar consumidores que a consumiam em meio doméstico e de convencer os viajantes de sua autenticidade. E é, neste sentido, que correspondem também a novos ideários da comida baiana.

É assim que o restaurante “Camafeu de Oxóssi” se propõe a oferecer a comida africana, ao identificar que é a matriz afro que a identifica, propriamente, mas a partir de uma abordagem mais “civilizada”, no caso, europeizada, em uma comparação à nacionalidade de seus novos donos. Evitando o mérito racista da questão, uma vez que nos propomos a analisar meramente o conteúdo da narrativa do ponto de vista da comida baiana, vale observar que a partir de um parâmetro eurocêntrico, o dono e sua esposa fazem algumas adaptações que julgam necessárias para “higienizar” e “civilizar” aspectos da gestão anterior. Entretanto, ao tratar das ações que empreenderam que, segundo eles, tinham a ver com a limpeza, novo mobiliário e a troca de funcionários, adiciona que fez tudo isso sem perder a matriz afro-baiana. É nesta direção, por exemplo, que troca os garçons por garçonetes negras, que veste em trajes de baiana. O fato da permanência do nome, por exemplo, reflete o reconhecimento de seu importante significado para a caracterização do restaurante, de um personagem criado por Jorge Amado e Carybé, de modo mais destacado, declarada pelas diversas fontes como “tradicional” e autêntica.

Não se trata aqui de considerar este restaurante mais ou menos autêntico do que outros em um tom de denúncia, uma vez que, evidentemente, a tal autenticidade é utopia e este não é o objetivo deste trabalho. Mas vale refletir sobre a possibilidade de se manter a mercadoria tendo como fundo uma ideologia racista de um proprietário europeu e, especialmente, pelo fato de que esta consideração só pode ser feita a partir de

uma entrevista em profundidade. O que me parece mais importante é que, na superfície, o restaurante utiliza determinados signos que estão vinculados à baianidade. O fato de estar localizado em um ponto que é turístico e, ao mesmo tempo, antigo e tradicional, que permite a contemplação da Baía de Todos os Santos e sua frota marítima. Além da denominação que remete a uma figura destacada entre as personalidades baianas, mantém também o vínculo religioso com um orixá em seu nome. O cardápio também destaca a venda de pratos emblemáticos, como a moqueca de peixe e o bobó de camarão, acondicionados em cumbucas de barro e servidos por baianas de sorriso aberto, enchendo o salão com o cheiro do azeite de dendê, como em um anúncio da Bahiatursa. Julgo que esta incursão, em específico, nos faz refletir no que é definido como necessário, minimamente, para a consideração de um restaurante de comida “baiana”, que se autonomiza para além da autodeclaração do proprietário. É assim que sua afirmação de autenticidade resulta mesmo, especialmente pelo movimento registrado no restaurante, lotando aos finais de semana.

A segurança em sua narrativa, no entanto, não esconde sua necessidade de compensar o fato de ser um estrangeiro fazendo comida baiana, na afirmação de uma simpatia – que o baiano a seu lado não tem, afirma, em tom irônico – e no conhecimento acumulado por duas décadas no posto. E, em nome da variedade de opções que parece um imperativo dos estabelecimentos contemporâneos, há também pratos criados por sua esposa, que apelam para uma estética ampla de tropicalidade, servidos em cocos, por exemplo. Ademais, o restaurante vende opções de grelhados e o já clássico e aparentemente unanimidade “filé com fritas” – como o hambúrguer com fritas tornado refeição. Assim se reflete o conhecimento da necessidade ter outras opções aos visitantes desacostumados.



Figura 48 - Publicidade do restaurante. Há um erro de digitação, como explicou o dono: “Quem entra como cliente, sai como amigo.” Fonte: <http://restaurantecamafeudeoxossi.blogspot.com.br/2009/08/visitem-o-restaurantecamafeudeoxossi.html>. Acesso em 23/07/2012.

O restaurante vizinho, por outro lado, tem como proposta a experimentação atrelada a um ideário de tradição da venda de comida baiana. Publicizado como o primeiro restaurante de comida baiana “confiável” e “verdadeira”, foi qualificado por comensais das classes mais pobres, até ser enaltecido pela boemia intelectual de Salvador. É assim que na fala de Jorge Amado, Odorico Tavares e Dorival Caymmi, o restaurante “Maria de São Pedro” se mantém a partir da imagem de tradição/autenticidade formada nesta trajetória, de 86 anos vendendo comida baiana. Mais uma vez, observamos de que modo o respaldo de emissores da cultura baiana se mostra essencial neste atestado. Entretanto, é preciso destacar que o que chamo de “tradição” é composto por uma série de elementos. É assim que se faz fundamental o suporte da imagem da fundadora, mulher negra e pobre que garantiu o sustento da família por intermédio da venda de comida em feiras soteropolitanas e no mercado. Conhecimento acumulado pelo exercício da atividade de empregada doméstica em uma cidade antiga do Recôncavo no início do século passado, sendo até mesmo ama de leite de uma personalidade baiana da imprensa – em uma similaridade com as escravas negras que cuidaram dos filhos do Brasil, como visto por Gilberto Freyre (2000). O quadro se completa em seu vínculo com o candomblé, familiar, na transmissão do conhecimento culinário também da religião afro-baiana. Permito-me mesmo observar que Maria de São Pedro parece se inscrever como o tipo ideal da cozinheira da comida baiana. A tradição é complementada pela permanência da família na gestão do

restaurante, com as filhas e netas na cozinha e o filho, abandonando a vida artística possivelmente promissora para administrar os negócios.



Figura 49 - Maria de São Pedro em sua barraca. (Verger, 1980).

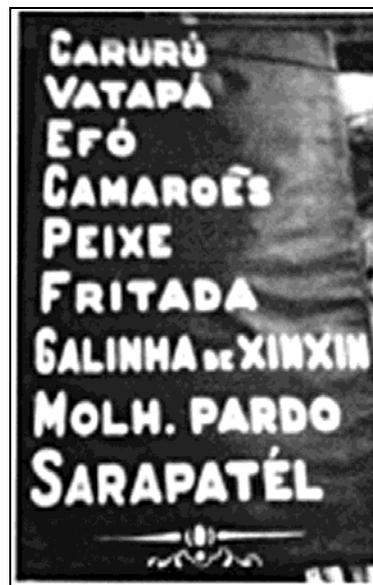


Figura 50 - Cardápio da época (Verger, 1980).

Em segundo lugar, temos a composição do espaço, localizado em um ponto turístico de Salvador, em um prédio histórico que ocupa desde a década de 60, e a sua permanência apesar das adversidades, como o incêndio e a fragilidade da propriedade. Ademais, o espaço privilegia, ainda mais que o estabelecimento anterior, a contemplação do mar pelos clientes, na conformação de uma paisagem litorânea da Baía que dá nome ao estado. O mobiliário e os utensílios denotam simplicidade, nos pratos, copos e mobiliário. Temos também as garçonetes negras vestidas de baiana, de maquiagem e sorriso no rosto, carregando as cumbucas fumegantes, além da imagem do orixá Xangô e das ervas rituais penduradas próximas ao balcão, congregando imagens emblemáticas da baianidade. Assim, o espaço complementa a história de tradição com elementos que lhe conferem autenticidade, mantendo-se simples, apesar do lugar turístico em que está instalado. E o movimento mediano de comensais durante a semana e a lotação máxima durante os finais de semana (na alta temporada) parecem atestar o consumo desta experiência.

Por fim, a oferta de pratos no cardápio também parece atestar a tradição. O cardápio oferta os pratos emblemáticos, como as moquecas, frigideiras, xinxim de galinha, do caruru e do vatapá. Mas além deles, temos o “arroz de haussá”, “acaçá” ou o

“efó”, que parecem denotar também a antiguidade do lugar, uma vez que foi encontrado apenas neste restaurante dentre todos os outros pesquisados e foi definido no repertório de Querino como “Alimentos puramente africanos”, por exemplo (2011). Ademais, a informação sobre a obtenção de ingredientes produzidos artesanalmente em cidades do Recôncavo também parece estabelecer um vínculo com a comida baiana tradicional, que se estabelecia neste antigo sistema de abastecimento. Mas a tradicionalidade, por mais que busque parecer intocada, não ignora as necessidades contemporâneas. É assim que Luiz observa que “essa história do colesterol” prejudicou o comércio da comida baiana, o que fez incluir no cardápio as carnes grelhadas e, para os viajantes que considere “covardes” diante do dendê, a oferta do “filé com fritas”, de influência francesa e americana, por exemplo.

O restaurante “Boca de Galinha” demonstra como, para comensais soteropolitanos, a autenticidade reside na aparente ausência de tentativa de ser autêntico, fundamentalmente. As afirmações em torno do restaurante parecem atestar a sua oposição em relação à baianidade e ao gosto criado para o turista, especialmente. É assim que a experiência proposta pelo lugar parece “verdadeira” – para os comensais de médio ou alto poder aquisitivo, faz-se necessária a ressalva. A diferenciação tem início na própria localização do restaurante, que requer o deslocamento até a periferia de Salvador, de carro, ou em um passeio bucólico de barco por uma das baías que circundam os bairros periféricos. Oferece, assim, a contemplação do mar, mas a partir de um ângulo que é incomum. Ademais, está localizada em uma casa típica de periferia, espremida entre tantas outras, em que o negócio se localiza no andar de baixo e a residência da família no andar de cima. A impressão do “caseiro” e do “íntimo” já se instalam nessa composição do espaço, que é reafirmada pela composição dos funcionários, todos parentes, que para ser identificados, apenas utilizam um jaleco por cima de uma roupa informal – o uso de chinelos parece ser a regra. O ambiente simples, de mobiliário de plástico patrocinado por uma cervejaria, utensílios de marcas populares é combinado ao fato de que não há nenhum elemento de decoração que remeta a baianidade, por exemplo. Na parede, a menção no guia gastronômico da revista *Veja* emoldurada e o prato que atesta a visita ao programa da Ana Maria Braga, indicada pelo ator Lázaro Ramos. Assim, se constitui um ambiente familiar de comércio, sendo a pobreza e a simplicidade um atestado desta autenticidade.



Figura 51 - Moqueca e acompanhamentos servidos no restaurante. Fonte: <http://acozinhafalante.blogspot.com.br/2011/09/boca-de-galinha.html>. Acesso em 14/06/2012.

A experiência também se afirma no perfil dos clientes que frequentam o lugar, a maioria baianos, mas de estratos econômicos de média e alta renda. A menção a visita de artistas e empresários parece corresponder a um atestado da autenticidade, assim como o intenso movimento no restaurante, lotado em todos os dias que lá estive. É assim que esta autenticidade só existe na relação com os restaurantes vistos como turísticos, de garçonetes vestidas de baiana, um cardápio completo de iguarias emblemáticas, localizados no circuito turístico e de preço elevado, para pensar em alguns atributos.

No cardápio, o “gosto” de uma comida baiana se afirma no uso do azeite de dendê e na composição de um cardápio enxuto, que cabe em uma folha de caderno. A oferta é de apenas um dos pratos símbolo, a moqueca, e feita com peixes incomuns, em um cardápio escrito à mão e que varia semanalmente, a depender da disponibilidade do pescado – o que implica em uma ideia do frescor da mercadoria. Ademais, a ausência de pratos “neutros”, como o famigerado filé com fritas, representaria a ausência de preocupação em agradar paladares desacostumados. A qualidade dos pratos, afirma-se, repousa no conhecimento da comida caseira e baiana da esposa do dono que cozinha em um espaço reduzido, dentro do próprio restaurante, com auxílio de parentes. A visita ao programa de televisão matinal coroou este conhecimento, com a própria Ana Maria Braga reproduzindo a receita e pedindo orientações a Edmar, como que transmitindo seu saber atestado autêntico. A permanência deste quadro, apesar da crescente fama do lugar, também representa para os comensais soteropolitanos a perenidade da autenticidade. Mas não se trata apenas deles. Evidentemente, os turistas que buscam experiências “personalizadas” também enaltecem experiências desse tipo, orientados

por amigos soteropolitanos, por exemplo. O depoimento de uma turista em um *site* de divulgação de informações para viajantes “independentes” não difere muito dos depoimentos dados nos *blogs*, por nativos da cidade:

An adventure to get there and I usually end up taking a taxi or inviting a friend with a car [...] At any rate, the moqueca is just outstanding and the value is to my way of thinking the best in Salvador. A most limited menu but who needs more than a wonderful moqueca with all the traditional sides. The view overlooking the bay is super and fun to hear the train run by at times. [...] If time allows, please be sure to give this restaurant a try (Trip Advisor, 2009).

O restaurante “Paraíso Tropical”, por sua vez, se estabelece a partir de um parâmetro que difere completamente dos outros: a proposta de uma nova comida baiana. A experiência de baianidade proposta pelo estabelecimento é a que mais se distancia do ideário tradicional em torno da comida baiana. Tem início, por exemplo, no espaço do restaurante, localizado também fora do circuito turístico, mas não tem como recurso a paisagem litorâneo. Em um bairro no interior da cidade, está rodeado de prédios. Mas o seu apelo é um retorno à dimensão da comensalidade rural, localizado em uma casa a frente do maior pomar dentro de Salvador, com certeza, marcada pela decoração com elementos rústicos, nas cadeiras de madeira, pratos e talheres simples, e artigos feitos de palha e barro. As estampas são floridas e as cores dos uniformes dos garçons remetem às cores da bandeira brasileira. As plantas estão em vários pontos, com a existência mesmo de uma jabuticabeira dentro do restaurante. O pomar atrás do restaurante, como fonte essencial do abastecimento de ingredientes e este apelo à alimentação fresca e natural parecem também responder ao discurso em prol da defesa da natureza e da sustentabilidade. Ao mesmo tempo, uma parede coberta de fotos atesta a frequência de celebridades do campo da música, da televisão, do cinema e da política. Mais a frente, a apresentação dos diversos prêmios que o restaurante recebeu durante seu funcionamento, nacionais e internacionais.



Figura 52 - O restaurante, em seu visual *clean* e rústico. Imagem do vídeo. Imagem do vídeo: [http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF\\_SwiTg](http://www.youtube.com/watch?v=wrDwF_SwiTg). Acesso em 14/07/2012.

Como outro aparato fundamental da composição de sua mercadoria, temos o idealizador e cozinheiro do restaurante. Beto Pimentel coaduna a imagem do agrônomo simples, que gosta de estar entre suas plantas, obter novos espécimes e cuidar do pomar, em complementação a imagem que se afirma como *chef* referenciado internacionalmente, tornando-se referência na revelação do potencial gastronômico brasileiro e baiano. Diferente dos outros restaurantes, o *chef* agrega a montagem de seu cardápio de comida típica o *status* da ciência, tornando-a sofisticada, mas em uma mediação com o mundo do senso comum. Apesar da menção à importância do saber culinário da avó e da mãe, por exemplo, quer se afirmar enquanto cozinheiro pioneiro. É o restaurante que, por definição, bebe na fonte da tradição, mas cria um novo produto a partir das possibilidades garantidas pela inovação. E, em contexto baiano, o *chef* reconhece a importância da simpatia e da generosidade, que caracterizam seu trato com os clientes.

Como parte da experiência, o restaurante é frequentado especialmente por turistas estrangeiros, que o cozinheiro identifica advirem das indicações a seu trabalho a nível internacional. Não se trata de um restaurante como parte de um repertório de massas, dada a sua localização e o fato de que a inovação e a sofisticação também custam caro, sendo frequentado apenas por indivíduos de alto poder aquisitivo. Nesta medida, línguas estrangeiras e o sotaque paulista parecem marcar o salão. Apesar de

julgar que a presença de moradores da cidade é um reflexo do preconceito dos conterrâneos, vale pensar também no preço elevado da comida, conhecendo outras opções na cidade. E, independentemente do tipo de público que o frequenta, o restaurante cheio em todos os dias em que estive lá atestam seu sucesso.

É assim que o cardápio propõe um atributo que não é comum à comida típica: a leveza. Para tanto, se apoia em ingredientes novos, naturais e frescos, como a incorporação de talos, folhas e caldos de frutas aos pratos, inclusive de ingredientes desconhecidos dos comensais. Ao mesmo tempo, e ainda mais importante, é a presença de ingredientes tradicionais, como o dendê e o leite de coco, mas em uma manipulação diferente. É assim que utiliza o fruto do dendê em cozimentos em baixa temperatura, para garantir uma digestão tranquila e o baixo nível de gordura, ou a extração natural do leite de coco – defendendo que a irritação intestinal é causada por sua versão industrializada. É possível perceber de que modo as adaptações feitas atendem as necessidades de uma *lightização* da alimentação, ao mesmo tempo em que as mantem próximas às alternativas naturais, respondendo assim à demandas comuns no consumo da contemporaneidade. Assim, o cardápio é composto por adaptações dos pratos emblemáticos da baianidade. Ademais, a inclusão de pratos da cozinha sertaneja, ainda que em menor número, reflete a incorporação paulatina deste repertório como parte da cozinha baiana. Mas vale a ressalva de que a existência de restaurantes específicos para a cozinha sertaneja é uma estratégia mais comum e até bastante frequente em Salvador, atestando a separação em bens simbólicos separados.

É assim que temos a aproximação do restaurante de uma dimensão bucólica e rural, apesar de estar localizado dentro da cidade, com a abordagem de um cozinheiro que é generoso e “carinhoso” com os clientes – não temos aqui a negra baiana, nem em sua ascendência, mas é possível observar como sua aproximação é similar.

\*\*\*

Ao fim deste trajeto de observância da comida cotidiana, como narrada por comensais e proposta e consumida nos restaurantes, é possível observar que temos um leque amplo de definições de experimentação da Bahia e da comida baiana. É assim que, sem deixar de se afirmar ou de ser reconhecida como “baiana”, é possível ser caseira ou gastronômica, tradicional ou nova, simples ou sofisticada. Mas o que se observa é que a definição de repertórios tradicionais ou novos os se constroem a partir

de algumas características que ainda se afirmam fundamentais. É assim que a matriz da culinária baiana permanece negra, remetendo a um conhecimento que resiste a dominação colonial, mas não só, que lhe agrega características positivas. Ainda vinculada à religião, em alguma medida, mas se autonomizando cada vez mais deste ideário.

Seu consumo permanece na alimentação dos moradores da cidade, à primeira vista, salvaguardado também pelo empenho da rede formada por governo, comércio e intelectualidade. Marcando seu pertencimento, reflete novos rituais de hábitos alimentares, como o consumo semanal marcado às sextas-feiras ou em datas comemorativas, não somente religiosas e mesmo vinculadas ao calendário católico. Seu consumo, que pode então ser rotulado como eventual, é considerado cotidiano, com o intermédio da *lightização* da alimentação e a oferta variada de alimentos nos estabelecimentos fora de casa, por exemplo – o que também não significa que era consumida com muito mais frequência em épocas anteriores.

Fundamentalmente, o tripé entre azeite de dendê, leite de coco e pimenta permanece icônico na definição de uma comida baiana. Em maior ou menor quantidade, em uma versão menos gordurosa ou industrializada, quente ou fria, são marcadores nas diversas opções que se mostram. É assim que o azeite de dendê comedido de Dadá, ainda assim, é azeite de dendê, para dar “cor e charme”. Para garantir a permanência da baianidade.

## **Considerações Finais**

Como não poderia deixar de ser no exercício do ofício de pesquisadores científicos, é bastante comum julgarmos que nosso trabalho não esgotou a amplitude de possibilidades que deveria. Especialmente quando a pesquisa foi realizada durante o intervalo breve de um mestrado, que tem ainda de lidar com os percalços do campo, o cumprimento de prazos e outras obrigаторiedades ao longo do curso. Entretanto, o esforço de concluir é mais do que necessário para o fechamento do trabalho. É assim que, neste ponto, vale compor uma síntese deste trajeto.

A problemática que orienta o trabalho, a partir da compreensão da relação entre caracteres extraordinários e ordinários na produção e consumo da comida baiana desvela a composição de um produto identitário que é resultado de um imbricamento de processos sociais mais amplos. É assim que, na composição de um mito da baianidade, atuam intelectuais, através da literatura e da música, representantes do setor comercial privado e instituições governamentais, através da produção com fins turísticos. Uma composição local que está alinhada com o contexto mais amplo de definição de um mercado de bens culturais no Brasil, que tem influências políticas e econômicas, por exemplo, elegendo determinados repertórios como mais destacados para a composição de uma imagem ampla de Brasil, incluindo aqui o regional-baiano. A referência a uma paisagem paradisíaca e litorânea, ao clima de comemoração permanente, à hospitalidade dos moradores e à importância da embaixatriz baiana, que é negra, generosa e sensual são alguns dos emblemas. Parte deste ideário, também o significando, a comida que receberá a marcação da baianidade, que também está contido nos livros de culinária, integra o mito que significa o ser baiano, tornando a afirmação de determinados hábitos alimentares parte fundamental dos rituais de afirmação da baianidade.

Diante deste repositório estruturante, que informa o extraordinariamente baiano em termos de comida étnica e seus hábitos de consumo e produção, a incursão em campo elucidada as variações em torno do mesmo. Os dados da pesquisa permitem observar, neste sentido, que a declaração do ordinário inclui o extraordinário, e não apenas em uma relação de oposição. As necessidades da alimentação e produção da comida cotidiana na contemporaneidade inserem novas demandas que precisam ser incorporadas à comida baiana em sua forma ideal. Entretanto, não perde a marcação de “comida baiana”, ou não deixa de ser considerada cotidiana, ainda que, de acordo com a

narrativa mítica que a envolve, não seja consumida com a suposta frequência de tempos anteriores. Ainda que não se possa definir qual seria esta constância, e meu palpite seja o de que não era tão frequente assim, o que nos interessa propriamente é o fato de que os comensais definem o consumo como cotidiano. O argumento se funda na ideia de que o extraordinário assume tamanha relevância que independe de sua verdadeira frequência. Permanece assumindo a presença entre os hábitos alimentares cotidianos, como um atestado de baianidade, como parte do ritual, e como um emblema da necessidade do baiano em se afirmar como tal. A comida que faz do indivíduo, em um ritual de incorporação, guloso e “malemolente”, em virtude do grau de nutrição/substância que garante, que o faz apimentado e lascivo ao mesmo tempo em que assume seu caráter religioso. Não importa, em verdade se o conteúdo do ritual privilegia todos os aspectos contidos no mito, apenas a presença de parte deles já é suficiente para caracterizar o exercício do ser baiano através do ritual. Como a presença do azeite de dendê e da pimenta no prato, ou o consumo eventual do acarajé, emblemas deste repertório.

Neste sentido, também atua o conteúdo da narrativa sobre a produção da comida baiana por restaurantes etnicamente marcados. A análise permitiu observar como estes espaços representam locais de experimentação da baianidade mais ampla, dialogando com as brochuras turísticas, para citar um repositório, apenas. E como podem se apropriar de arestas diferentes deste discurso. Sobre a oferta da comida, propriamente, a diversidade de propostas dos restaurantes reflete a necessidade de observar novos aspectos dos hábitos alimentares. É assim que os estabelecimentos precisam antever adaptações ao gosto de turistas, ou ignorá-las para receber um atestado de autenticidade entre os moradores; devem incorporar partes das orientações médicas sobre a necessidade de um alimento mais leve e natural; ou ainda se posicionar diante da polarização entre gastronomia e comida caseira, por exemplo. Ao mesmo tempo, trechos do repertório básico precisam ser mantidos para o reconhecimento da baianidade da comida. O azeite de dendê (ainda que o fruto) e as pimentas, como ingredientes marcadores, a reverência à matriz africana, muitas vezes à figura feminina e da religião afro-baiana, são aspectos da tradição que precisam ser respeitados.

Assim, esta sintética incursão tem como objetivo destacar que a problemática definida para o trabalho não se resolve a partir de soluções estanques. A aparente disjunção entre ordinário e extraordinário, refletida no consumo e na produção da

comida baiana e na composição subsequente de uma mercadoria de apelo identitário, se revela mais complexa. Em verdade, a relação não se configura em uma oposição, mas, fundamentalmente, em uma complementariedade. Ordinário e extraordinário em termos alimentares coexistem, compondo-se mutuamente no contexto soteropolitano, em uma relação fundamental para a afirmação da identidade (alimentar) baiana. Consumir a comida baiana é atestado da singularidade da baianidade, resultando mesmo em outros rituais de consumo e produção para atender às demandas da contemporaneidade e garantir a permanência do consumo – evidentemente, ainda que não seja de forma consciente ou racional.

A título de finalização, e de indagação, vale pensar em que medida a questão colocada aqui também pode ser pensada em termos de outros repertórios alimentares etnicamente marcados. Evidentemente, defendo a teoria de que a prática turística e a tarefa que os nativos assumem em divulgar o emblema da baianidade são essenciais para a composição desta relação entre ordinário e extraordinário no contexto soteropolitano. Entretanto, na medida em que as ações atuais de patrimonialização imaterial também incluem os repertórios alimentares, e que a economia de serviços pautada no turismo marca a dinâmica de diversas outras localidades, tenderia a refletir que se instaura, a partir destes dois processos, a necessidade crescente de mobilizar as duas categorias nas apropriações empreendidas pelos hábitos alimentares e de produção dos alimentos. Trata-se de pensar, levando-se em consideração os diferentes contextos e os atores diversos envolvidos no processo, quais são as diferentes medidas e composições que se definem nesta mediação. Mas, ao que me parece, é cada vez mais reduzida a parcela de grupos que se mantém completamente alheia à definição destes caracteres em relação à comida etnicamente definida.

## Referências Bibliográficas

ABDALA, M. C. Representações sobre o comer fora: um estudo de self-services mineiros. In: CERES, V. G. (Ed.). **Temas em cultura e alimentação**. São Cristóvão, Sergipe: Editora UFS, 2007.

ABRASEL. **Setor de gastronomia já emprega mais que a construção civil Abrasel - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Bahia**, 9 maio. 2012. Disponível em: <<http://www.abraselba.com.br/noticias/item/491>>. Acesso em: 28 jun. 2012

AGAMBEN, G. **Means Without Ends**. Minnesota: University of Minnesota Press, 2000.

ALMOFREY, M. **Onde Comer Plataforma Digital**, 16 jun. 2008. Disponível em: <<http://plataformadigital.wordpress.com/a/>>. Acesso em: 15 abr. 2012

ALMOFREY, M. **O melhor da comida caseira de Salvador Guia do ócio**, 1 fev. 2010. Disponível em: <<http://guiadoocio.com/gastronomia/o-melhor-da-comida-caseira-em-salvador>>. Acesso em: 10 jan. 2012

ALVES, E. P. M. **A configuração moderna do sertão**. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

AMADO, J. **Bahia de todos os santos: Guia das ruas e dos mistérios da cidade do Salvador**. São Paulo: Martins, 1945.

AMADO, J. **Bahia de todos os santos**. São Paulo: Martins, 1964.

AMADO, J. **Gabriela Cravo e Canela**. São Paulo: Record, 1976.

AMADO, J. **Dona Flor e seus dois maridos**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

AMADO, J. **Tieta do agreste: pastora de cabras, ou, a volta da filha pródiga, melodramático folhetim em cinco sensacionais episódios e comovente epílogo**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

AMADO, J.; DAMM, F.; CARYBÉ. **Bahia Boa Terra Bahia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Agencia Jornalística Image, 1967.

AMADO, P. J. **A comida baiana de Jorge Amado ou o Livro de cozinha de Pedro Archanjo, com as merendas de Dona Flor**. São Paulo: Maltese, 1994.

APPADURAI, A. **The social life of things: commodities in cultural perspective**. New York: Cambridge University Press, 1986.

AZEVEDO, P. O. DE. **A alfândega e o mercado: memória e restauração**. Salvador: Secretaria de Planejamento, Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia, 1985.

BAHIATURSA. **Viver BahiaBahia.com.br**, 2012. Disponível em: <<http://www.bahia.com.br/viverbahia>>. Acesso em: 24 jun. 2012

BAHIATURSA. **Mercado ModeloBahia.com.br**, 2012. Disponível em: <<http://bahia.com.br/atracao/mercado-modelo>>. Acesso em: 28 jul. 2012

BAHIATURSA. **O africanoBahia.com.br**, 13 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.bahia.com.br/viverbahia/nossa-gente/o-africano>>. Acesso em: 28 abr. 2012

BARBOSA, J. M. N. Imagens de Salvador, por Pierre Verger, em *O Cruzeiro. Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia*, v. 4, p. 29-42, 2007.

BAUMAN, Z. **Identidade: Entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BELASCO, W.; SCRANTON, P. **Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies**. [S.l.] Routledge, 2001.

BLANCO, A. **O Paraíso Tropical da Bahia Comidinhas - IG**, 6 fev. 2008. Disponível em: <<http://colunistas.ig.com.br/comidinhas/2008/02/06/o-paraiso-tropical-da-bahia/>>. Acesso em: 4 jun. 2012

BORGES, F. M. **Acarajé: tradição e modernidade**. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas: Universidade Federal da Bahia, 2008.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2008.

BRANDÃO, D. **A cozinha Bahiana**. Salvador: Livraria Universitária, 1948.

Camafeu de Oxóssi: o homem que virou lenda baiana, com muita alegria, berimbau, capoeira e comida gostosa. **Fatos e Fotos - Gente**, v. ano XV, n. n<sup>o</sup> 750, p. 26-27, 5 jan. 1976.

CAMPOS, W. **Restaurante Boca de Galinha Guia de turismo de Salvador**, 5 fev. 2009. Disponível em: <<http://guiadeturismodesalvador.blogspot.com.br/2009/02/restaurante-boca-de-galinha.html>>. Acesso em: 20 abr. 2012

CARNEIRO, É. **Ladinos e crioulos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1980.

CASCUDO, L. DA C. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2004.

COLLAÇO, J. H. L. Restaurantes de comida rápida: notas sobre uma região do centro de São Paulo. In: VICTORIA, C. G. (Ed.). **Temas em cultura e alimentação**. São Cristóvão, Sergipe: Editora UFS, 2007. .

CONDOMINAS, G. **L'espace social à propos de l'Asie du Sud-Est**. Paris: Flammarion, 1980.

DAMATTA, R. O que faz o brasil, Brasil? In: Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001. .

DATAFOLHA, I.; ALELO. **Índice Alelo de Preço Médio de Refeição 2012**. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.pesquisaprecomedio.com.br/SobrePesquisa.aspx>>. Acesso em: 28 jun. 2012.

DIEZ-GARCÍA, R. W. Prática e comportamento alimentar no meio urbano: um estudo no centro da cidade de São Paulo. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 13, n. Fiocruz, p. 455-467, 1997.

DÓRIA, C. A. **A formação da culinária brasileira**. São Paulo: Publifolha, 2009.

DUTRA, R. C. DE A. Nação, região, cidadania: a construção das cozinhas regionais no projeto Nacional Brasileiro. **Campos**, v. 5, n. 1, p. 93-110, 2004.

FARIAS, E. S. DE. Quando inovar é apelar à tradição. **Caderno CRH**, v. 21, n. n. 54, p. 571-594, 2008.

- FARIAS, E. S. DE. **Ócio e negócios: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2011.
- FERREIRA, A. B. DE H.; FERREIRA, M. B. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.
- FISCHLER, C. **El (h)omnívoro - el gusto, la cocina e el cuerpo**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1995.
- FONSECA, C. DA. **No pomar do paraíso Private Brokers**, 1 mar. 2010. Disponível em: <<http://www.privatebrokers.com.br/edicoes/artigo.asp?cod=194>>. Acesso em: 13 jul. 2012
- FREYRE, G. **Manifesto Regionalista**. 4<sup>a</sup>. ed. Recife: Instituto João Nabuco de Pesquisa Social, 1967.
- FREYRE, G. **Casa Grande & Senzala**. 39. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Receptivo na Bahia - 2011**. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/indicadores/pesquisas/caracterizacao-e-dimensionamento-do-turismo-receptivo/>>. Acesso em: 21 jun. 2012.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HECK, M. DE C. Comer como atividade de lazer. **Estudos Históricos**, v. n<sup>o</sup> 33, p. 136-146, jun. 2004.
- HERNANDÉZ, J. C.; ARNÁIZ, M. G. **Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas**. Barcelona: Ariel, 2005.
- HUYSSSEN, A. **Seduzidos pela memória: Arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- IBGE, D. DE P., COORDENAÇÃO DE TRABALHO E RENDIMENTO. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**. Rio de Janeiro: [s.n.]. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008\\_2009/default.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009/default.shtm)>.
- IPHAN. **Ofício das baianas de acarajé** IPHAN, , 2007.
- LEACH, E. R. **Repensando a Antropologia**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.
- LÉVI-STRAUSS, C. **O cru e o cozido**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- LIMA, V. DA C. Etnocenologia e etnoculinária do acarajé. *In: Etnocenologia: textos selecionados*. São Paulo: Annablume, 1999. p. 194.
- LIMA, V. DA C. **A anatomia do acarajé e outros escritos**. Salvador: Corrupio, 2010.
- LISBOA JÚNIOR, L. A. **A presença da Bahia na música popular brasileira**. Brasília: MusiMed/Linha Gráfica Editora, 1990.
- LODY, R. **Tem Dendê, tem axé: etnografia do dendezeiro**. Rio de Janeiro: Pallas, 1992.

LODY, R. **À mesa com Carybé: o encantamento dos sabores e das cores da Bahia**. Rio de Janeiro: SENAC, 2007.

LODY, R. Os sabores de Maria: dendê e a tradicional cozinha baiana. *In: Dendê: símbolo e sabor da Bahia*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. p. 93-99.

LODY, R. (ED.). **Dendê: símbolo e sabor da Bahia**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MACIEL, M. E. Uma cozinha à brasileira. **Estudos Históricos**, n. n. 33, p. 25-39, 2004.

MARIANA. **Altíssima baixa gastronomia A outra casa**, 6 maio. 2009. Disponível em: <<http://aoutracasa.blogspot.com.br/2009/05/altissima-baixa-gastronomia.html>>. Acesso em: 24 jun. 2012

MARIANO, A. **A invenção da baianidade**. São Paulo: Annablume, 2009.

MARTINI, G. T. **Baianas do Acarajé: A uniformização do típico em uma tradição culinária afro-brasileira**. Departamento de Antropologia, Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

MATTA, R. DA. **Relativizando: uma introdução à antropologia social**. Rocco: Rio de Janeiro, 1987.

MATTA, R. DA. **A casa & a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MATTOSO, K. M. DE Q. **Bahia, século XIX: Uma província no império**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

MENDES, P. **Visitem o Restaurante Camafeu de Oxóssi!!! Camafeu de Oxóssi**, 11 ago. 2009. Disponível em: <<http://restaurantecamafeudeoxossi.blogspot.com.br/2009/08/visitem-o-restaurantecamafeu-de-oxossi.html>>. Acesso em: 28 jul. 2012

MIGUEZ, P.; LOIOLA, E. Os tabuleiros da festa: pequenos negócios & muitos negociantes do carnaval baiano. *In: FISCHER, T. (Ed.). O carnaval baiano: negócios e oportunidades*. Brasília: SEBRAE, 1996. p. 23-46.

MORIN, E. **Cultura de Massa no Século XX: O espírito do tempo - vol. 1 - Neurose**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1977.

MOURA, M. A. **Carnaval e Baianidade: arestas e curvas na coreografia de identidades do Carnaval de Salvador**. Faculdade Comunicação: Universidade Federal da Bahia, 2001.

MTUR, M. DO T. **Tour da Experiência**, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Estudo\\_de\\_Caso\\_Tour\\_Experiencia.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Estudo_de_Caso_Tour_Experiencia.pdf)>

**No tabuleiro da baiana**. , 1936.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

ORTIZ, R. **Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

- PAIM, M. R. DA S. **Do Sete a São Joaquim : o cotidiano de “mulheres de saia” e homens feirantes em feiras soteropolitanas (1964 - 1973)**. Salvador: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - Universidade Federal da Bahia, 2005.
- PARAÍSO TROPICAL, R. **Nossos Prêmios Restaurante Paraíso Tropical**, 13 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.restauranteparaisotropical.com.br/index.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2012
- PEIXOTO, A. **Breviário da Bahia**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1945.
- PIMENTEL, B. Dendê e a nova cozinha baiana. *In*: LODY, R. (Ed.). **Dendê: símbolo e sabor da Bahia**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. p. 101-112.
- PINTO NETTO, J. DA C. **Caderno de Comidas Baianas**. Rio de Janeiro: TB - Edições Tempo Brasileiro, 1986.
- PINTO, R. **A Bahia reimaginada: como transformar um velho entreposto comercial em um novíssimo produtor de tradições**. *In*: CONGRESO VIRTUAL INTERNACIONAL DE CULTURA E TURISMO. Buenos Aires, 2001. Disponível em: <[http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque\\_pinto.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm)>. Acesso em: 16 maio. 2012
- POULAIN, J.-P. **Sociologias da Alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. 1. ed. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.
- POULAIN, J.-P.; PROENÇA, R. P. DA C. Reflexões metodológicas para o estudo das práticas alimentares. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 4, dez. 2003.
- QUEIROZ, L. A. DE. **Turismo na Bahia: estratégias para o desenvolvimento**. Salvador: Empresa Gráfica da Bahia, 2002.
- QUERINO, M. **Arte culinária na Bahia**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.
- RÉGIS, O. F. **A comida de santo numa casa de queto da Bahia**. Salvador: Corrupio, 2010.
- REIS, L. **Restaurante Boca de Galinha IMEViolão**, 18 maio. 2009. Disponível em: <<http://imeviolao.blogspot.com.br/2008/05/restaurante-boca-de-galinha.html>>. Acesso em: 15 abr. 2012
- RISÉRIO, A. **Uma história da cidade da Bahia**. [S.l.] Versal, 2004.
- SALVADOR/PREFEITURA. **Roteiro Turístico da Cidade do Salvador**. Salvador: Org Bras Ed Cult, 1952.
- SANTANA, A. Restaurante Maria de São Pedro: 81 anos de histórias apuradas no dendê. **A Tarde**, 9 jul. 2006.
- SANTOS, A. (DADÁ) DOS. **Tempero da Dadá**. Salvador: Corrupio, 1998.
- SANTOS, L. A. DA S. **O corpo, o comer a comida: um estudo sobre as práticas corporais alimentares cotidianas a partir da cidade de Salvador - Bahia**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- SANTOS, V. B. DOS. **Roteiro para o documentário Camafeu de Oxóssi**. Salvador: Universidade Federal da Bahia - Faculdade de Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/portal/wp-content/uploads/2012/01/UNIVERSIDADE-FEDERAL-DA-BAHIA-projetoTCC-CAMAFEU1.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2012.

SENAC. **A cozinha baiana no restaurante do Pelourinho**. 4<sup>a</sup>. ed. Salvador: SENAC DN, 2008.

SIMMEL, G. **The Philosophy of Money**. [S.l.: s.n.].

SIQUEIRA, J. J. Os Congressos Afro-brasileiros de 1934 e 1937 face ao I Congresso do Negro Brasileiro em 1950: impasses e rupturas. **Augustus**, v. 10, p. 41-49, 2005.

SPANG, R. L. **A invenção do restaurante**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **PIB Estadual Anual 2011SEI BA**, 2011. Disponível em: <[http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=132&Itemid=209](http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=209)>. Acesso em: 20 abr. 2012

TAVARES, M. **Passeio de barco, delícias do mar e sorvete da Ribeira Comidinhas - IG**, 4 ago. 2009. Disponível em: <<http://colunistas.ig.com.br/comidinhas/2009/08/04/passeio-de-barco-delicias-do-mar-e-sorvete-da-ribeira/>>. Acesso em: 24 abr. 2012

TAVARES, O. **Bahia: imagens da terra e do povo**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio, 1951.

TRIP ADVISOR. **Boca de Galinha: Avaliações sobre restaurantes** Trip Advisor, 4 dez. 2009. Disponível em: <[http://www.tripadvisor.com.br/Restaurant\\_Review-g303272-d1510510-Reviews-Boca\\_de\\_Galinha-Salvador\\_State\\_of\\_Bahia.html](http://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g303272-d1510510-Reviews-Boca_de_Galinha-Salvador_State_of_Bahia.html)>

TURNER, V. W. **O processo ritual: estrutura e antiestrutura**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1974.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Livros Studio Nobel, 1996.

VEJA, C. E B. S. **Paraíso Tropical - Restaurantes Veja Comer e Beber Salvador**, 2012. . Acesso em: 10 fev. 2012

VEJA, R. **Restaurantes: Camafeu de Oxóssi** Veja Comer e Beber Salvador, 2012. Disponível em: <<http://vejabrasil.abril.com.br/salvador/restaurantes/camafeu-de-oxossi-27694>>. Acesso em: 28 jul. 2012

VEJA, R. **Restaurante Maria de São Pedro** Veja Comer e Beber Salvador, 2012. Disponível em: <<http://vejabrasil.abril.com.br/salvador/restaurantes/maria-de-sao-pedro-27695/>>. Acesso em: 10 jul. 2012

VERGER, P. **Retratos da Bahia**. Salvador: Corrupio, 1980.

VERGER, P. **Orixás - Deuses Iorubás na África no Novo Mundo**. Salvador: Corrupio, 1981.

VIANNA, H. **A cozinha baiana - seu folclore, suas receitas**. 1. ed. Salvador: Fundação Gonçalo Moniz, 1955.

VIANNA, H. Breves notícias sobre a cozinha baiana. *In*: CASCUDO, L. DA C. (Ed.). **Antologia da Alimentação no Brasil**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977. .

VIANNA, J. S. **Caderno de Xangô**. Salvador: Livraria Bahiana, 1939.

VILHENA, L. DOS S. **A Bahia no Século XVIII**. Salvador: Itapoã, 1969.

WARDE, A.; MARTENS, L. **Eating Out**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

WHEATON, B. Finding real life in cookbooks: the adventures of a culinary historian. **Humanities Research Group**, v. 7, 1998.

WIKIPÉDIA. **Bahia**2012. (Nota técnica).