

**Trajetos urbanos do paladar:
construção do gosto e sociabilidades burguesas nas crônicas e
anúncios do jornal *O Estado de S. Paulo* (década de 1920)**

Ana Luíza Mello Santiago de Andrade

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7735-5385>
E-mail: analuizaandrade@gmail.com

Resumo: O presente artigo tem como objetivo apresentar os resultados de pesquisa em crônicas e anúncios do jornal *O Estado de S. Paulo*, especialmente entendendo-os como escritas importantes para o estudo dos hábitos alimentares na cidade. As crônicas e os anúncios dão a ler a modificação dos códigos de civilidade, das formas de agir e consumir em uma cidade em transformação. Entendendo a cidade de São Paulo durante a década de 1920 como um espaço privilegiado para observação da modernidade como experiência física e mental, utilizou-se da mídia impressa, em especial da coluna de crônicas intituladas “Coisas da Cidade” e dos anúncios de restaurantes, confeitarias e demais espaços destinados à alimentação, como documentos importantes para perceber a promoção de novos hábitos burgueses e padrões higiênicos para os locais de sociabilidades no espaço urbano, notadamente os destinados ao comer e ao beber, transformados em lugares de lazer e entretenimento. Entende-se que as publicações na imprensa mediaram a relação do público leitor, promovendo debates com os poderes públicos, prestadores de serviços e cidadãos, fazendo do seu espaço no jornal um meio de promoção e divulgação das formas de se portar na cidade que se anunciava como metrópole.

Palavras-chave: História da Alimentação; São Paulo; Sociabilidades; Aburguesamento; Construção do Gosto.

Urban Trajectory of the palate: taste construction and bourgeois sociability in the chronicles and ads of the newspaper *O Estado de S. Paulo* (1920s)

Abstract: The present article aims to present the results of research in chronicles and ads of the newspaper *O Estado de S. Paulo*. It is an important writing for the study of eating habits in the city. The chronicles and the ads intended to modify the codes of civility, the ways of acting and consuming in a changing city. Understanding the city of São Paulo during the 1920s as a privileged space for the observation of modernity as a physical and mental experience, it was used in the press. Specially columns of chronicles entitled “Coisas da Cidade” and advertisements for restaurants, confectionery, and other spaces for food became important documents for promoting new bourgeois habits and hygienic standards for the places of sociability in urban space, especially those destined to eat and drink, and transformed then into places of leisure and entertainment. It is understood that publications in the press mediated the relation of the readership by promoting debates with the public authorities, service providers and citizens, making their space in the newspaper a means of promoting and publicizing the ways of behaving in the city that was advertised as a metropolis.

Keywords: History of Food; São Paulo; Sociabilities; Bourgeois; Taste.

Texto recebido em: 15/04/2019

Texto aprovado em: 30/05/2019

A cidade de São Paulo da década de 1920 foi marcada pelos contrastes: expansão do perímetro urbano, verticalização, construções de prédios modernos. Mas, mais do que as transformações na pedra – no calçamento de ruas, construção de praças e alargamento de ruas – é possível perceber que os hábitos cotidianos foram se transformando ao passo que as modificações na estrutura urbana foram se solidificando. Os anseios de uma vida nova, com outras sociabilidades, padrões de consumo e progresso foram vislumbrados e trazidos à tona nas páginas dos jornais. Jornalistas têm, portanto, papel fundamental na formulação de um ideal de civilidade propagandeado por escrito nas crônicas e anúncios impressos. O que se pretende neste artigo¹ é refletir e demonstrar de que forma a imprensa periódica, por meio da coluna de crônicas intitulada “Coisas da Cidade”, publicada no jornal *O Estado de S. Paulo* [doravante nas referências OESP] neste período, promoveu e articulou esse processo de aburguesamento dos costumes.

O aprofundamento do capitalismo no Brasil do início do século XX é evidente na diversificação do comércio, na intensificação das atividades industriais entre outros fatores. Para entender tais questões é importante notar o cenário de transformações em meio à República recém estabelecida. Refletir sobre as modificações urbanas é pensar também as novas demandas nas relações de trabalho, que se transformavam por conta do fim da escravidão e do incentivo à mão de obra imigrante europeia. Além disso, faz-se igualmente necessário refletir sobre a formação de uma burguesia, à época em ascensão. A noção de *burguês* é bastante móvel. Se para as classes trabalhadoras estes seriam seu patrão, ou pessoas com maior poder aquisitivo, para uma aristocracia o burguês era aquele caracterizado como *novo rico*, que tem dinheiro, mas ainda não refinou o gosto. (SILVA, 2008). Assim, não só as classes populares passaram pelo processo civilizatório. Este foi fomentado também para essa nova burguesia, que tinha acesso às benesses das modernidades, mas ainda apresentava dificuldades em se portar conforme as normas de sofisticação e bom gosto. Expressões como *o dinheiro trocou de mãos* são datadas deste período, quando homens e mulheres com prestígio e poder no Império vão perdendo espaço para novas figuras que passam a acumular capital e se destacar na política, no comércio e na sociedade como um todo.

Há, portanto, neste período, a formulação de gostos e sensibilidades próprios da vida moderna e urbana. Eles demonstram não só novos padrões estéticos, como o refinamento do gosto – seja para as artes, para o vestuário ou mesmo para a

alimentação – que se apresentam como formas de distinção social, que atua como uma forma de definir o pertencimento a uma classe ou grupo social a partir da partilha de gostos e formas específicas, como onde e como se vestir, comer ou circular pela cidade. Essa forma de definir grupos mostra que “O dissenso estaria presente também nos jornais, na literatura, que apontavam para as novas estratificações urbanas e para a formação de grupos outrora integrados ou não evidentemente isolados” (SCHWARCZ, 2012, p. 22).

Neste sentido, a partir dos estudos dos hábitos alimentares do comer na cidade dados a ler nos jornais é possível mapear a construção do ser burguês, ou, a formulação de uma nova burguesia. Este processo é fundamental para o entendimento de uma República moderna e o conceito de modernidade é central, pois, por meio das análises das crônicas e anúncios, é possível perceber uma nova forma de vida nas cidades, como São Paulo, e, desta forma, o entendimento de espaços públicos – e como a ideia de tomar o espaço público muda a relação com a cidade no século XX.

Assim, o entendimento de um *processo civilizador*² no início do século XX é o que se pretende estabelecer aqui. A intenção é, portanto, pensar a cidade e seus habitantes em meio a este processo, levando em consideração uma noção de modernidade então em voga ao pensar a República no Brasil. O novo, as transformações e mudanças são elementos fundamentais para se pensar o início de um novo sistema político que se faz sentir também nas formas de vida, nos processos econômicos, culturais e sociais das pessoas comuns. Cabe aqui perceber o autor³ de “Coisas da Cidade” como um agente deste processo, atuando como mediador na internalização de hábitos e valores próprios da experiência urbana na década de 1920.

O estudo desses mecanismos de integração, porém, também é relevante, de modo mais geral, para a compreensão do processo civilizador. Só se percebermos a força irresistível com a qual uma estrutura social determinada, uma forma particular de entrelaçamento social, orienta-se, impelida por suas tensões, para uma mudança específica e, assim, para outras formas de entrelaçamento, é que poderemos compreender como essas mudanças surgem na mentalidade humana, na modelação do maleável aparato psicológico, como se pode observar repetidas vezes na História humana, desde os tempos mais remotos até o presente (ELIAS, 1993, p. 195).

Norbert Elias em sua obra *O Processo Civilizador* mostra de que maneira o processo passa do controle social ao autocontrole e como que esses mecanismos interagem a ponto de construir uma noção sobre o que é ser civilizado.

Ser moderno é, portanto, ser civilizado e, no Brasil, esses padrões aparecem relacionados à Europa e aos Estados Unidos. O estrangeirismo presente aqui ainda na década de 1920 fica evidente em alguns anúncios de jornais. A publicidade é fonte fértil para construir a narrativa histórica, remontar espaços hoje inexistentes e experiências de tempos passados. Assim, a cidade e seu comércio estão intimamente relacionados, e os padrões de civilidade europeia aparecem não só nas construções e edificações como também no mais comum e ordinário dos hábitos – comer.

Os anúncios de restaurantes, leiterias, sorveterias e confeitarias são muitos e ricos neste período. A *Confeitaria Suíça*, localizada na Rua Visconde do Rio Branco/SP, anunciava aos clientes que durante o carnaval tinha para pronta entrega a domicílio “Sandwichs, empadas, doces e qualquer outro artigo de sua já acreditada fabricação”. (OESP, 25 fev. 1922, p. 2). Já o *Restaurante Harrison&Morris* apresentou no jornal um anúncio escrito somente em inglês que afirmava servir “English, American & French cooking” com “Especial Sunday Dinners”. (OESP, 12 jan. 1920, p. 1). Outro estabelecimento que também anunciava uma *cozinha internacional* era o *Restaurante Anglo-Americano*. Da mesma forma, o restaurante do *Central Hotel*, localizado na Rua Libero Badarô anunciava que era “luxuosamente montado, exclusivamente familiar. Restaurante de primeira ordem à Europa e à Oriental”. (OESP, 16 abr. 1926, p. 7)

Os anúncios aqui apresentados têm em comum a necessidade de trazer por escrito seus atrativos como o *english cooking* e sua cozinha internacional, ou o Restaurante de primeira ordem à Europa e à Oriental. A publicidade do restaurante Harrison&Morris é emblemática, pois está apresentada toda em língua inglesa, trazendo o internacional como forma de diferenciação de seu estabelecimento comercial. Da mesma forma a Confeitaria Suíça disponibilizava produtos para entrega em domicílio durante o carnaval, antevendo um sistema de *delivery* tão comum nas metrópoles do mundo hoje. É esse incômodo entre o ser e o querer ser que aparece nos dois tipos de escrita de jornal aqui analisados. Se as crônicas como observatório do cotidiano criticam⁴ os espaços destinados ao comer e ao beber, os anúncios apontam que estes estavam preparados e luxuosamente montados para receber os viventes da urbe paulistana. O desconforto do cronista pode ser sentido

pelo seu desejo urgente em transformar o comum. Mas, um processo ainda não finalizado aponta que as transformações urbanas de São Paulo expulsaram as classes perigosas⁵ do espaço do Triângulo Central para construir a tão sonhada metrópole moderna. Porém, as camadas populares que, com seus ofícios, saberes e práticas, integravam também a cidade, ficavam próximas, não muito longe dali. A cidade não era, portanto, o lugar apenas da nova burguesia e da elite paulistana. A cidade é lugar do povo, como bem aponta Lilia Schwarcz (2012). O incômodo e o desconforto se dão, portanto, pelo convívio ambíguo da higiene das praças e ruas arborizadas com toda sorte de indivíduos que fizeram de São Paulo seu lugar no mundo.

De acordo com o *Guia do Estado de São Paulo*, datado de 1920 e estudado pelo jornalista Roberto Pompeu de Toledo, era recomendado ao visitante da cidade descer à Rua Vinte e Cinco de Março, por exemplo, “para sentir, em contraste com a elegância do Triângulo, a vida das classes populares.” (Apud. TOLEDO, 2015, p. 205). Os estudos sobre esse convívio no espaço urbano podem ser compreendidos à luz dos estudos sobre o cotidiano.

O cotidiano passa a ser debatido na historiografia especialmente na segunda metade do século XX. Uma das principais referências desta discussão é Michel de Certeau, que com o livro *A invenção do cotidiano* (2008) traça as relações dos usuários com o consumo. Desta forma, atos de ler, morar e cozinhar fazem parte da escrita da História por meio de documentos produzidos por homens e mulheres comuns. Cadernos de receitas, literatura, escritas de jornal entre tantos outros documentos adentram a operação historiográfica dando acesso às formas de viver de tempos passados.

Na introdução geral do livro *A invenção do cotidiano* o autor busca uma nova ideia para o que ele chama de *operações dos usuários*. Entende-se que o autor das crônicas aqui estudadas inventa o seu cotidiano por meio da escrita, e expõe seus passos, suas sociabilidades e suas visões de mundo (e especialmente sobre a cidade) nos textos publicados no jornal *O Estado de S. Paulo*, dando a ler suas operações pelo espaço urbano de São Paulo

Usualmente não são dados lugares para o registro dos produtos feitos pelo consumidor. Assim, as pesquisas dos historiadores centram-se nas representações e nos comportamentos – que são mais facilmente percebidos a partir dos rastros deixados. Assim, certos comportamentos são anunciados nos jornais, seja em forma de reportagens, crônicas ou anúncios publicitários.

Acontecimentos, comportamentos e atitudes não existem sem registro, ou seja, não tomamos conhecimento no campo da História. Pierre Nora afirma que “para que haja acontecimento é preciso que ele seja conhecido” (NORA, 1979, p. 181) e assim, os jornais – *rubricas do cotidiano* – figuram como meio de produção e construção destes acontecimentos, comportamentos e atitudes. Desta maneira,

Os jornais, escritos e radio-televisivos, longe de se limitarem a apresentar o que aconteceu, selecionam, ordenam, estruturam e narram, de uma determinada forma, o que elegeram como fato digno de chegar até o público. (DE LUCA; MARTINS, 2009).

As crônicas de “Coisas da Cidade” são, portanto, meios para se perceber o que o cronista selecionou para contar, para escrever sobre, ou seja, o que julgou importante, naquele tempo e naquele espaço, perenizar por meio da escrita de suas notas sobre a cidade de São Paulo. É sobre essas *rubricas do cotidiano* (NORA, 1979), ou sobre o que o cronista chama de *rubricas da crônica urbana* e as formas de inventar o cotidiano que se está falando aqui.

Neste sentido escolheram-se como recorte temático aquelas que versavam especialmente sobre as sociabilidades urbanas destinadas ao beber e ao comer na cidade. O recorte temporal aqui proposto (1920) é igualmente fértil, pois se trata de um período de modificações de um sistema de governo que transforma, além da esfera política, os âmbitos sociais e culturais, e assim, a vida cotidiana.

A vida cotidiana, a cultura material, as mentalidades, o corpo, a família e a morte são alguns dos temas que emergem à tona das profundezas aparentemente congeladas dos tempos para se revelarem na dialética da sua transformação e da sua permanência como noções plásticas, sujeitas a mudanças, mesmo que elas apareçam como imperceptíveis para os próprios protagonistas. (MENESES; CARNEIRO; 1997, p. 28)

Neste sentido é possível concordar com o que aborda João Luiz Maximo da Silva (2008, p. 10), quando afirma que “a alimentação é considerada uma faixa de fenômenos mais conservadora, onde as mudanças seriam mais resistentes e lentas”, e que, ao contrário disto, é possível também “verificar como as transformações ocorrem, relacionando alimentação e mudanças urbanas”. O estudo que aqui se segue vai ao encontro do que propõem João Luiz Maximo da Silva, Henrique Carneiro e Ulpiano T. Bezerra de Meneses: perceber os hábitos alimentares a partir de suas rupturas e permanências.

Entender, portanto, a *comida como cultura* como aponta o título do livro do historiador italiano Massimo Montanari (2008, p. 56). é primordial para este trabalho. O autor afirma que “a conquista do fogo representa o momento constitutivo e fundador da civilização humana”. Assim, o ato de cozinhar figura como motor de modificações das sociedades desde o domínio do fogo.

O acesso aos hábitos alimentares do passado, especialmente nos jornais do início do século XX no Brasil nos apresenta, muitas vezes, o cotidiano de populações de classes médias e altas urbanas, tendo em vista que é este, comumente, o público leitor de periódicos como o *Estado de São Paulo*.

O fato é que a cultura aristocrática e burguesa, enquanto constrói barreiras comportamentais intransponíveis – e, em primeiro lugar, alimentares – entre classes dominantes e classes dominadas, não exclui uma convergência cotidiana dos gostos e dos hábitos. (MONTANARI, 2008, p. 63).

O que o autor defende que é possível, mesmo que o acesso seja dado por meio de escritas produzidas por e para classes médias e altas (ou aristocráticas e burguesas no contexto europeu) perceber indícios sobre os hábitos alimentares dos homens e mulheres comuns, do cotidiano e vida da sociedade.

Os meios impressos são testemunhos importantes para se observar as construções do gosto e propaganda das novas formas de ser e agir. O ser republicano esteve em permanente construção no Brasil do início do século XX. Quando da proclamação do novo sistema de governo, em 15 de novembro de 1889, houve constante preocupação em construir esta nova pátria, há tão pouco independente, mas que se moderniza na forma do sistema republicano.

Num primeiro momento buscaram-se nos padrões europeus as bases para a construção de uma nova pátria, livre agora de um sistema imperial. Estas vontades se fizeram presentes nas considerações sobre o ser moderno na República: lugares a serem frequentados, hábitos a serem adquiridos começam a aparecer nos jornais, e falam destes novos aspectos da vida nas grandes cidades do país. Neste momento a proliferação de cafês, e com eles, de hábitos alimentares pautados nos padrões europeus passam a frequentar cada vez mais as páginas dos jornais.

Se nos primeiros anos republicanos a preocupação foi a de construir uma pátria aos moldes europeus, num segundo momento, notadamente a partir de década de 1930 já é possível perceber uma vontade em construir uma identidade nacional, aquilo que fosse próprio ao Brasil e fizesse desta pátria, inigualável.

Assim, buscou-se forjar um modelo unitário em torno de uma identidade nacional, que agregasse valor positivo ao que supostamente seriam *originais* do país. Neste sentido, no lugar dos cafés, dos doces, dos padrões europeus até então propagandeados (e aderidos), os regionalismos, frutas e pratos considerados típicos do país passam a ser divulgados e ganham espaço nas linhas dos jornais e dos romances da época. Mais ainda, ao agregar valor positivo a um alimento por entender este como próprio e único a um país, é possível verificar um investimento na patrimonialização destes hábitos, que agregados a outros tantos aspectos (como a música e a língua, por exemplo), ajudam na formação / construção de uma identidade nacional. Mas nas fontes estudadas o que é possível perceber é justamente o oposto: a internacionalização dos costumes, seja a partir do modelo europeu com os *five o'clock tea*, os *petit-fours* nos cafés e confeitarias ou mesmo os alimentos que se referem à cultura norte-americana com os *sandwiches*. Assim, se o recorte temporal posterior ao desse estudo já apresenta um apelo aos produtos nacionais e sua valorização, a década de 1920 ainda mostra a vontade de estar adequado aos padrões do mundo moderno, com exemplos na Europa e nos Estados Unidos da América⁶.

Os espaços de sociabilidade são, portanto, locais expressivos de uma cultura burguesa que estava se formulando na cidade no período. Perceber estas relações pode ser um caminho interessante para analisar a cidade, afinal ela “é também sociabilidade: ela comporta atores, relações sociais, personagens, grupos, classes, práticas de interação e de oposição, ritos e festas, comportamentos e hábitos.” (PESAVENTO, 2007, p. 14). Ainda concordando com a autora, entende-se que as “cidades são, por excelência, um fenômeno cultural, ou seja, integradas a esse princípio de atribuição de significados ao mundo” (PESAVENTO, 2007, p. 14).

Pensar a alimentação como prática cultural é bastante salutar tendo em vista que alimentos são elementos da natureza que se transformam em cultura pela ação dos homens. Assim, o Brasil do início da República aponta para questões como políticas de higiene, civilidade e sociabilidade em torno do ato de comer. Os jornais – seus anúncios, crônicas, reportagens, textos – apontam para a circulação e ressonância do impresso, que por meio de seus escritos dão a ler modos de vida, indicações de formação do gosto e da sociabilidade, dos modos de vida nesta nova grande cidade, em processo de remodelação urbana.

Reflexões sobre os alimentos consumidos, os cardápios oferecidos nestes lugares e as comidas consumidas no espaço urbano são questões que aparecem de

forma mais rarefeita nas páginas dos jornais de fins do século XIX. O início do século XX nos jornais apresenta um processo de transformação, especialmente nos anúncios publicitários, devido aos novos produtos, hábitos e comércio na metrópole. Assim, com o avançar dos anos no jornal é possível mapear com mais facilidade estas questões, que aqui ficaram de fora, tendo em vista que a intenção é de pensar, em primeiro momento, os lugares de consumo de alimentos, atrelados à sociabilidade dada a ler nas rubricas do jornal. Vale ressaltar o que Maria Teresa Santos Cunha (2009, p. 251) afirma sobre a escrita e seus usos sociais, entendendo que “Como ferramenta de uso social, a escrita pode salvar do esquecimento ao fixar no tempo vestígios de passados”. As “Coisas da Cidade”, portanto, são registros de um cotidiano difícil de apreender e que se mostram hoje como vestígios do passado de uma cidade em constante, turbulenta e impactante transformação.

Onze da noite. O Triângulo que durante o dia estourou de vida e movimento, aquietou-se agora numa sonolência que em poucas horas será sono profundo. De quando em quando, o campainhar de um bonde, o rodar vagaroso através das ruas quase desertas. Automóveis também mais raros. Às portas dos cafés, aqui na Praça Antonio Prado, dois ou três grupos prestes a dispersarem-se e nem dão uma ideia da multidão que formigou por aqui todo o dia. Uma voz rouca apregoa os jornais do Rio. (OESP, 19 fev. 1921, p. 4)

A leitura das crônicas do *Estadão* possibilita perceber algumas características do movimento da cidade na década de 1920. O Triângulo Central, cheio de gente durante o dia, apresenta-se calmo e pacato na vida noturna. Uma ou outra figura ainda a circular pelas ruas, saindo dos cafés. Sobre esse vai e vem das cidades modernas e que se percebem as inúmeras experiências possíveis no espaço urbano.

Comer, morar, caminhar, ler. Estas são operações da ordem do comum que permeiam a vida de homens e mulheres. Historicizar tais ações é tarefa difícil, mas instigante para o historiador. Estudar as formas como as mais banais operações do cotidiano se deram ao longo dos anos é importante para aqueles que se dedicam a pensar os homens e mulheres comuns na História.

Para notar tais ações cotidianas é preciso destacar que a vida nas metrópoles em formação não se dava apenas no espaço doméstico. Neste período em São Paulo, inúmeros estabelecimentos foram inaugurados, e compuseram um cenário de movimento ativo no Triângulo Central. São restaurantes, lojas, confeitarias que

passam a ocupar edificações de destaque na paisagem urbana e que, por suas vitrines, atraem, promovem desejos e formam o gosto do paulistano.

Mas, a partir dos anos 1880, esse empilhamento que ainda se prende ao bazar cede lugar às vitrines propriamente ditas, cuja multiplicidade de dimensões tornam definitivamente obsoletas as fachadas cegas do antigo comércio. Trata-se de provocar, mediante jogos de cores e de contrastes, de decorações e movimentos, a imaginação, de moldar uma paisagem de sonho e de atração passional. Inventam-se portanto uma nova arte, a do vitrinista, que dispõe os produtos de forma elaborada. (LIPOVETSKI, 2015, p. 140)

A cidade de comércio atrativo tinha público cativo que por suas ruas circulava diariamente, sendo as ruas Direita, XV de Novembro, São Bento e Libero Badaró as mais movimentadas à época:

A rua Direita, que é a mais frequentada de senhoras a compras nas lojas de modas – também é a que conserva a preferência dos almofadinhas. Não tendo nada a fazer, ou não sabendo fazer nada, o sujeito que se entrega a esse esporte malsão encosta-se a um batente de loja, café ou confeitaria, horas a fio, e não deixa em paz uma só senhora ou senhorita que passe sozinha. (OESP, 21 fev. 1921, p. 4)

Os batentes das casas comerciais, por onde homens, mulheres, meninos e meninas circulavam diariamente são os *capilares urbanos*, segundo Walter Benjamin, ou os *coágulos* humanos de acordo com Sennett (2001, p. 271):

No estudo que fez a respeito da cultura parisiense, no século XIX, Walter Benjamin descreveu as arcadas e telhados a que já nos referimos como ‘capilares urbanos’; tudo o que pulsava na cidade concentrava-se nessas pequenas passagens cobertas, em suas lojas, cafés e grupinhos de gente – coágulos humanos. (SENNETT, 2001, p. 271)

Lipovetsky e Serroy (2015 p. 16) apontam: “Não há sociedade que não se empenhe, de uma maneira ou de outra, num trabalho de estilização ou de ‘artealização’ do mundo, trabalho esse que é o que ‘singulariza uma época ou uma sociedade’, efetuando a humanização e a socialização dos sentidos e dos gostos”. O *Mappin Stores* foi uma das principais casas comerciais de São Paulo. Inaugurada em 1913 trouxe à cidade novos padrões de consumo pois reuniu em um mesmo local espaço de compras e de sociabilidade. Servindo jantares e chás da tarde, vendia roupas, artigos para casa e estava localizada no centro do Triângulo. Iniciou suas atividades na Rua XV de Novembro:

O Mappin não poderia ter escolhido lugar melhor local para se instalar. A loja foi aberta no número 26 da rua XV de Novembro, no coração do Triângulo, o elegante centro comercial, social e político de São Paulo, assim chamado por se situar no espaço contido entre a própria XV de Novembro e as ruas Direita e São Bento. Ali, até a II Guerra Mundial, funcionaram as melhores lojas da cidade, os melhores cinemas e restaurantes, os hotéis mais finos, os bancos, os consultórios e os escritórios de maior prestígio. (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 28)

O início da loja que marcou o processo de modernização de São Paulo esteve relacionado ao local que ocupou no Triângulo Central, local que passou por remodelação, embelezamento e aprofundamento das sociabilidades burguesas e teve no *Mappin* seu ponto de encontro.

Tratava-se de um mundo refinado e elegante, ainda que provinciano e totalmente voltado para matrizes no exterior, mais especificamente para as capitais europeias como Paris e Londres, de onde importavam seus gostos e seus hábitos. Tratava-se sobretudo, porém, de um mundo em rápido processo de enriquecimento, impulsionado por uma riqueza que se revelava inesgotável em sua capacidade de multiplicar benesses: o café. (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 30)

O enriquecimento via produção de café no oeste paulista se fez perceber na capital do estado e assim, formas de ser, agir e estar no mundo foram pautadas nos modos europeus a fim de aproveitar tudo que o café e a nova cidade tinham a oferecer, ainda que se apresentasse bastante provinciana. É entre esse provincianismo e a experiência de metrópole que se situa São Paulo na década de 1920. A tentativa constante de se reformular os hábitos cotidianos e os gostos mostra a preocupação em sair da condição de terceiro mundo e apontar rumo à civilização, promessa de uma metrópole em desenvolvimento. Assim, a loja tratou “de pôr em cena os produtos, num cenário apropriado, transformando-os num espetáculo deslumbrante” (LIPOVETSKI, 2015, p. 140).

O *Mappin* foi um dos principais anunciantes do jornal *O Estado de S. Paulo*. Em quase todas as edições pesquisadas há anúncios da loja em questão. Ao analisar a publicidade é notável o destaque desta casa comercial. Enquanto boa parte do comércio produzia anúncios sintéticos e objetivos como “servimos almoço”, o *Mappin* investiu na construção de um imaginário social e de consumo, fomentou desejos e construiu noções sobre o mundo moderno. Com textos mais longos e subjetivos, ilustrações e um bom tamanho – que ocupavam um espaço considerável da página do jornal - a publicidade da loja de departamentos seduziu e construiu

imagens sobre o que consumir e como consumir. Frequentar as salas de chá ou almoçar no *Mappin* era motivo de distinção social e representava a elegância e adequação à vida moderna. Em 1919 a loja da Rua XV já parecia pequena para as necessidades da cidade que crescia ao seu redor e “O acanhado prédio da rua XV de Novembro não servia mais” (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 56). Mas

Além disso, era preciso encontrar um novo prédio ali mesmo, no burburinho do Triângulo, naquele centro onde São Paulo elegante se movimentava, se exibia e acontecia. Enfim, em 1919, surgiu a oportunidade – e melhor não poderia ter sido. O *Mappin* não só conseguiu um local à altura de suas ambições – uma esquina do lugar onde mais tarde, em 1923, se situaria a Praça do Patriarca – como foi se abrigar numa das mais aristocráticas mansões da época: ‘a casa do Barão de Iguape’. (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 57)

São Paulo *acontecia* nas suas ruas centrais e um dos palcos principais desses acontecimentos certamente era o *Mappin Stores*. Com a nova sede a empresa foi uma das promotoras do refinamento do gosto e das novas sociabilidades burguesas, atraindo os habitantes da cidade não apenas para compra de produtos, mas para experimentação da vida urbana em seu restaurante e salão de chás. Ainda assim, o comércio da cidade foi tido como insuficiente dado o número de pessoas que por ele transitavam:

Nestes dias de festas, dizia-nos sábado passado, um importante comerciante, - é que se vê como o nosso centro comercial é pequeno e insuficiente para o público que circula por ele.

Era a tarde, na rua direita – uma tarde encantadora, de céu limpo e sol claro, tão lindo cair do dia que só mesmo os que tivessem muito que fazer haviam de se deixar ficar em casa ou nos escritórios. A rua tinha agora um movimento extraordinário, quase uma procissão a passar interminavelmente: famílias a entrar e sair das lojas de modas, grupos de senhoritas à espera dos bondes, grupos diante das montras, mais vistosas e atraentes. E o rodar incessante de automóveis, com ‘chauffeurs’ neuropatas que não podiam se deter dois segundos sem logo buzinar desesperadamente. Dois, três, quatro bondes, abrindo caminho a força dos seus tímpanos vibrantes...

- Com efeito, este triangulo é muitíssimo pequeno para a multidão que o procura.

- É que em S. Paulo ninguém sabe sair a passeio ou a compras, continuou nosso interlocutor – sem vir ao triangulo, ver as casas principais da cidade, as vitrines mais bonitas, tomar chá, comprar doces. Já reparou como há casas de doces e balas aqui no centro? (OESP, 27 de dez.1922, p. 5)

O centro da cidade era ponto de trânsito intenso e encontros e comer na cidade uma atividade cada vez mais comum. Necessidade básica do ser humano, os

intervalos para refeições eram fundamentais. Assim, muitas eram as pensões que ofereciam refeições aos trabalhadores da região que, estando fora de casa para as atividades laborais diárias, necessitavam de alimentos e assim inúmeros são os anúncios de pensões e restaurantes voltados para o público alvo citado. Da mesma maneira, o tempo do lazer foi bastante incentivado neste período. Com uma cidade reformada, o papel dos médicos e engenheiros em destaque nas construções urbanas, parques, ruas, avenidas e diversos outros locais foram feitos para serem utilizados.

Usualmente os finais de semana são, a priori, momentos de descanso do tempo do trabalho. Entretanto, neste momento, houve um grande incentivo para que a população local usufrísse das benesses da modernidade, para que vivenciassem a cidade tal como ela foi planejada. Para Lilia Schwarcz (2012, p. 39) “Por um lado, estavam os novos cenários urbanos, com seus senhores e senhoras vestidos à última moda de Paris, automóveis e todo tipo de traquitana adequada a esses novos tempos que pareciam ter pressa”.

Assim, várias são as práticas de lazer estimuladas, “sob o epíteto genérico de ‘diversões’ toda uma nova série de hábitos, físicos, sensoriais e mentais, são arduamente exercitados, concentrados nos fins de semana, mas a rigor incorporados em doses metódicas como práticas indispensáveis da rotina cotidiana” (SEVCENKO, 1992, p. 33). São esportes, campeonatos, festas. Mas, comer fora de casa, para além de uma atividade rotineira e cotidiana, exigência da lógica do trabalho, passou a ser uma experiência moderna. Uma atividade extraordinária, do campo do lazer, da diversão. Embora já presentes na cidade desde o início do século, tais hábitos passam a compor, a partir da década de 1920 “uma rede interativa de experiências centrais no contexto social e cultural: como fonte de uma nova identidade e um novo estilo de vida” (SEVCENKO, 1992, p. 34). Assim, locais como o *Mappin Store* eram divulgados como espaços para se vivenciar o lazer. Tal como este, sorveterias, confeitarias e cafês passam a fazer parte da vida do paulistano atento aos hábitos burgueses paulatinamente construídos.

Anteontem, não fazia, precisamente, uma linda tarde, dessas que os moços de letras costumam descrever com céus de opala, ar frio e macio, e outras expressões bonitas. Mesmo assim, havia muita gente, sobretudo senhoritas e rapazes a flunar pelo triângulo, num vai e vem contínuo e continuamente a entrar e sair das lojas.

- Como os moços fazem compras em S. Paulo! Observou-nos um amigo estrangeiro.

- Não é para comprar, mas para tomar chá e ‘flitar’, que eles tanto procuram as lojas, a esta hora. Veja, ali vão três para o chá das moças do Mappin...

Para encurtar razões, também nós quisemos tomar chá com torradas e sem moças – mas na ‘Rotisserie’. O saguão estava repleto de estrangeiros, a bebericar o seu aperitivo ou simplesmente a olhar e conversar. (OESP, 13 ago. 1921, p. 6)

Pela crônica é possível perceber o vai e vem das pessoas na cidade e suas formas de encontro e sociabilidades, de lazer e diversão. Muito mais que fazer compras, as pessoas circulavam para flunar, caminhar pela cidade, encontrar-se com outros, ver a cidade acontecer. As lojas eram destinadas não só ao consumo de produtos, mas eram espaços de convívio social. No *Mappin Sotres* “um garçom ainda cumulava o cliente com o oferecimento de chá, café ou delicados *petit-fours*” (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 64).

Ao cruzar os anúncios dos jornais com as crônicas aqui estudadas pode-se ter uma boa dimensão das ofertas de alimentos e locais de sociabilidade do centro de São Paulo à época, bem como da sua concentração no triângulo central.

O *Restaurante Anglo Americano*, que oferecia almoço especial aos domingos, estava localizado na Travessa do Grande Hotel. A *Casa Alemã*, uma das principais confeitarias de São Paulo da década de 1920, oferecia doces finos e aceitava encomendas para entregas em domicílio. A *Confeitaria Selecta* oferecia, à época das festas de fim de ano, uma “grande exposição de tortas e gateaux artisticamente decorados” (OESP, 28 dez. 1924, p. 9). Já o *Mappin* oferecia os serviços mais variados para a alimentação como lazer: chá das moças, chá infantil, almoços, jantares, brunchs. A partir do levantamento dos anúncios de casas comerciais destinados à sociabilidade em torno da alimentação foi possível mapear parte dos estabelecimentos deste tipo presentes no Triângulo Central da cidade de São Paulo à época, conforme demonstra a tabela a seguir:

TABELA 1
Estabelecimentos comerciais e seus endereços

Nome	Segmento	Endereço
Casa Spainer	Restaurante	R. Dr Falcão, 2
Restaurante Rio Branco	Restaurante	R. Boa Vista, 15
Restaurante A Minhota	Restaurante	R. da Quitanda, 13
Hotel Victoria	Restaurante	Largo do Paysandu
Angol Americano	Restaurante	Travessa Grande Hotel, 10
Restaurante Moderno	Restaurante	R. Boa Vista, 40
Restaurante para Senhoras	Restaurante	Baixos Viaducto do Chá

Mappin Stores	Salão-Restaurante	R. Direita com R. São Bento
Imperial Hotel	Restaurante	R. Visconde do Rio Branco, 25
Restaurante da Bolsa	Restaurante	R. Boa Vista, 15
Sorveteria Meia Noite	Sorveteria	R. Formosa, 10
Club Comercial	Restaurante	R. São Bento, 59
Harrison&Morris	Restaurante	R. José Bonifácio, 20
Carlton	Restaurante	R. Libero Badaró, 72
Rest Anglo-Americano	Restaurante	Av. São João, 96
Restaurante Pierrot	Restaurante	R. Cons. Chrispiniano
Brasserie Paulista	Conf, Rest, Chá	Pç Dr Antonio Prado, 3
Central Hotel	Restaurante	R. Libero Badaró, 8
Restaurante Sul-americano	Restaurante	Av. São João, 179
Restaurante Paulista	Restaurante	Av. São João, 137
Restaurante Picarelli	Restaurante	R. da Quitanda
A Paulicéa	Conf, Bar e Sorveteria	R. Libero Badaró, 193
Alhambra	Bar, Sorvete e Chá	R. José Bonifácio, 18
Café Nacional	Café	R. Direita, 27
Confeitaria Suissa	Confeitaria	R. Visconde do Rio Branco, 8
Casa Allemã	Chá e Confeitaria	R. Direita
Casa Romano	Sorveteria	R. Libero Badaró, 58
Confeitaria Pinoni	Confeitaria	R. 15 de novembro, 41
Confeitaria Excelsior	Confeitaria	R. D. José de Barros, 4
Confeitaria Fasoli	Confeitaria	R. Direita, 5
Confeitaria Ipiranga	Confeitaria	R. Santo Antonio, 2
Confeitaria Primavera	Confeitaria	R. Consolação, 403
Confeitaria Selecta	Confeitaria	R. Barão de Itapetininga, 37
Confeitaria Viennense	Confeitaria	R. Barão de Itapetininga, 61
Leiteria Pereira	Leiteria	R. João Bricola, 8
Leiteria Portuguesa	Leiteria	R. Riachuelo, 7

Os anúncios aqui citados mostram como o comer fora de casa era uma forma, também, de sociabilidade e entretenimento. O *chá infantil* do Mappin é bastante emblemático pois já colocava o processo de aburguesamento também às crianças. O divertimento passou a ser associado com a promoção de novos hábitos citadinos. Estar na cidade é aproveitar aquilo que ela tinha a oferecer, ou aquilo para o que ela foi construída. Assim, é preciso destacar que as reformas urbanas foram efetivadas por meio de segregação e exclusão social. Os centros urbanos, tal como São Paulo e seu Triângulo Central reuniam diversas camadas da população, mas, ainda assim, foram reformados e construídos estabelecendo os diferentes lugares que as pessoas ocupavam na sociedade. Um exemplo emblemático foi a festa de inauguração do Theatro Municipal de São Paulo em 1911 (SILVA, 1995). Para o evento foram feitas duas festas uma no interior do prédio, exclusiva às elites locais e outra, do lado de fora, para que a população comemorasse o novo espaço de lazer e cultural – ao qual certamente não teriam acesso. Para Heck (2004, p. 138), a questão é que

as pessoas sentem um grande prazer em consumir alimentos em locais públicos. Sair de casa para comer demonstra uma vontade de interagir socialmente antes de significar a necessidade de se alimentar. Trata-se de uma forma de o indivíduo se apresentar na sociedade e, por meio da refeição, intermediar suas relações sociais, pois o restaurante é visto como um lugar onde sua imagem é refletida. (HECK, 2004, p. 138)

Assim, os espaços da cidade são vivenciados de variadas formas e comer é uma delas. Do comum ao extraordinário onde comer, o que comer e como comer foi uma questão latente que esteve presente nas preocupações sobre as sociabilidades modernas. O cronista de “Coisas da Cidade” preocupou-se com tal questão e com frequência denunciava práticas que a seu ver – enquanto homem, jornalista e leitor de mundo – deveriam ser desestimuladas – e propagandeava festas, lugares e práticas a serem adotadas por aqueles que almejavam estar de acordo com os padrões estimulados.

Por meio de “Coisas da Cidade” é possível perceber uma preocupação constante com os locais de consumo de alimentos. Tais preocupações aparecem muitas vezes relacionadas às condições de higiene e a adequação aos novos hábitos modernos, requeridos numa sociedade que se pretendia *civilizada*. A noção de civilidade passa justamente pela vida urbana, ou às experiências e regras de convívio na cidade. Tais regras foram amplamente divulgadas e o cronista é um dos elementos que auxiliam na vigilância e na cobrança de tais normas do mundo moderno. O trecho da crônica, a seguir, é exemplar:

E, se nos permitem uma sugestão, nós, que tanto temos escrito contra os péssimos cafês da Capital do Café, lembráramos a necessidade de se melhorarem tais estabelecimentos tornando-os amplos, confortáveis, rigorosamente limpos e de aspecto atraente, como os que se veem em tantas capitais estrangeiras – e é vergonha não existir aqui. – P. (OESP, 01 mai. 1929, p. 3)

Assim, enquanto os anúncios de restaurantes, casas de chá e confeitarias estampam boa parte das páginas do *O Estado de São Paulo* as crônicas cobram a adequação às condições higiênicas alegando, por exemplo, que *não há em São Paulo nenhum café ou restaurante de primeira ordem*. Suas denúncias são também conselhos. Ao atentar que os garçons nos restaurantes colocavam o troco em prato que logo em seguida serviria uma refeição a outro cliente está também auxiliando na promoção de hábitos higiênicos, que, além de serem observados pelo cronista,

passavam então a serem observados – e os restaurantes cobrados – por parte dos clientes leitores do jornal.

É por meio das crônicas – escritas leves que parecem com uma conversa com o leitor, muito diferente das reportagens, por exemplo – que o autor se aproxima de seu público. Por essa característica de diálogo, as crônicas funcionavam como uma forma de difundir e fomentar valores, práticas e normas.

As normas burguesas, o estilo de vida elegante e determinadas práticas sociais passam a ser estimuladas por meio das crônicas de “Coisas da Cidade” que serão uma das ferramentas na construção de uma nova mentalidade, auxiliando na internalização de valores e regras de convívio social. “Os gestos são signos e podem organizar-se numa linguagem; expõem-se à interpretação e permitem um reconhecimento moral, psicológico e social da pessoa. Não há intimidade que não revelem” (REVEL, 2009, p. 173). É sobre os gestos e a forma de se portar que o cronista vai expor conselhos, aqueles que – aliado aos manuais de civilidade, por exemplo – promoviam a vida burguesa e a transformação do gosto, estimulando atitudes consideradas *modernas*. Mas, afinal, o que é ser moderno? Ou melhor, o que era ser moderno em 1920? Ser moderno era estar imerso nas transformações sociais. Ser moderno era viver sob o regime republicano, ter trabalhos livres. Mas, acima de tudo, ser moderno era poder vivenciar tudo aquilo que a modernidade oferecia. Era estar numa capital com vida e movimento:

Nos sábados, é assim enorme o movimento na cidade, não só porque muitos escritórios e estabelecimentos comerciais dispensam mais cedo os empregados, como porque boa parte da nossa sociedade já se habituou a ir tomar chá e espairecer, na cidade, nessas tardes.

Nos outros dias da semana, porém, não é muito menor o movimento nas ruas Direita, de S. Bento e 15 de novembro. Se nos sábados é insuportável, nos dias restantes é muito incômodo, para os que tem afazeres, andar por essas ruas cheias de grupos nos passeios magotes de gente às portas das confeitarias e dos bancos, e tantos veículos. (OESP, 07 jul. 1925, p. 4)

Ser moderno era consumir. Ter acesso a bens e experiências por meio do consumo. Com o aumento do mercado consumidor interno promovido pelo trabalho livre e assalariado – ainda que viver nas cidades significasse estar submetido à carestia da vida urbana – a diversificação do comércio foi realidade experienciada pelos homens e mulheres citadinos.

O aumento do número de anúncios demonstra não só uma grande quantidade de mercadorias consumíveis como também o sucesso do jornal, que por

conta do acesso a novas tecnologias aumentava consideravelmente o número de tiragens. É nesse momento que se vê um sem fim de produtos cosméticos, alimentícios, de casa e de vestimenta diariamente nos jornais, que ocupam um número considerável de páginas a cada edição, com produtos que prometiam soluções milagrosas para problemas de pele, doenças do estômago, artigos de maquiagem e guaraná espumante, entre tantos outros. Tais produtos seduziam o leitor para o consumo de novidades e assim, a modernidade atraía e acenava para novos tempos. Ser moderno era consumir; consumir a vida moderna. O acesso a esta vida se dava muito pela via do consumo e comer passava por essa operação. Assim, o que se experienciou no início do século XX foi uma transformação do gosto. Para Needel

Agora, só era possível sugerir o status social de alguém através do gosto. O indivíduo se designa no anônimo cenário urbano através da escolha 'correta', associado a um determinado modo de vida sutilmente diferente do outro meramente rico. (NEEDELL, 1993, p. 186)

Momento do estrangeirismo e da promoção de hábitos europeus e norte-americanos, era comum encontrar nos jornais anúncios do *almoço inglês* servido diariamente, ou mesmo do *Five o'clock tea* do *Mappin*. São esses hábitos estrangeiros que transformam o feijão com arroz em comida cotidiana e o serviço à francesa como extraordinário e consumível, comprável. A adequação à vida moderna passa pela mais básica das práticas: comer. Desta forma, comer está no campo das experiências modernas. Não é à toa que o exemplo usado por Baudelaire (2009) em *Os olhos dos pobres*⁷ para marcar a distinção social é justamente a vitrine e o salão de um restaurante. O desejo pelo alimento, neste caso, não é só marcado pela fome, mas também pela distinção social. Frequentar e ser visto em certos ambientes funcionava como um passaporte ao mundo civilizado.

Com os olhos voltados ao velho mundo, considerado o modelo ideal a ser seguido, numa visão evolutiva e progressista, várias foram as políticas públicas voltadas à construção de uma nação adequada às normas modernas. Norbert Elias dedicou-se a estudar a transformação do entendimento do termo civilidade e suas apropriações. Para o autor

A partir da sociedade ocidental – como se ela fosse uma espécie de classe alta – padrões de conduta ocidentais 'civilizados' hoje estão se disseminando por vastas áreas fora do Ocidente, seja através do

assentamento de ocidentais ou através da assimilação pelos estratos mais altos de outras nações, da mesma forma que modelos de conduta antes se espalharam no interior do próprio Ocidente a partir deste ou daquele estrato mais alto, de certos centros cortesãos ou comerciais. (ELIAS, 1993, p. 212)

O termo civilidade está relacionado às ações dos cidadãos, ou seja, daqueles que habitam as cidades. Portanto, a ideia de civilidade em seu significado primordial esteve relacionada à vida urbana. Para além do bom convívio social, a ideia de civilidade remete a “transformação das sensibilidades e das práticas” (REVEL, 1991) como bem aponta Jacques Revel.

Desta maneira, novas sensibilidades são construídas, e dentre elas a formação do gosto passa por profundas transformações. Os jornais foram meios eficazes na difusão de novos gostos. Assim, a introdução de hábitos, mas também de produtos e bens de consumo, foi promovida pela mídia impressa, ávida por ver concretizado o projeto de modernização esperado e sonhado com o início da República no Brasil.

No início, o domínio do fetichismo da mercadoria no burguês foi grande. Não se mandava mais os criados às compras, ou se esperava a visita de um vendedor – ia-se pessoalmente atrás do prazer do consumo fantasiado, comprava-se objetos cujo valor residia não no que eles eram em si, mas no que representavam socialmente. Ia-se às compras para adquirir o ingresso na aristocracia. (NEEDELL, 1993, p. 188)

São Paulo foi palco desta adequação às práticas já estabelecidas no continente europeu. Promovendo nas crônicas um determinado modelo de vida, o jornal atua como divulgador de normas e conduta. Através da leitura – atividade por vezes silenciosa e individual – aqueles que tinham acesso à imprensa periódica iam paulatinamente interiorizando as regras e condutas, e “é a interiorização individual da regra que lhe confere sua maior eficácia.” (REVEL, 1991). Ou seja, a forma de agir coletivamente, determinando a vida social, é interiorizada individualmente. E é nessa individualização que ocorre a construção do gosto, que passa a ser compartilhado. Para Lipoverski “O ideal do comer bem e do saber beber é ilustrado igualmente na maneira como a culinária se tornou um vínculo coletivo, um marcador social, ao mesmo tempo em que um domínio capaz de favorecer os gostos individuais e a afirmação de si” (LIPOVETSKI, 2015, p. 345).

O que é possível perceber é que, embora mudanças comportamentais sejam lentas, a década de 1920 foi um momento especial e fundamental na construção de São Paulo enquanto metrópole. A mudança de hábitos foi sendo estimulada e aos poucos apropriada por aqueles que viviam a cidade. Mudar os hábitos significou transformar o cotidiano. Matos destaca que “o comportamento ou os valores que são aceitos em uma sociedade num certo momento histórico podem ser rejeitados em outras formas de organização social ou em outros períodos” (MATOS, 2002, p. 25), e desta maneira podemos entender tais hábitos como mutáveis, e, portanto, históricos.

Desta forma pode-se dizer que jornais como *O Estado de S. Paulo*, especialmente por meio das crônicas dedicadas a narrar a vida cotidiana como “Coisas da Cidade” apresentavam conselhos escritos que versavam sobre como vivenciar esta nova vida, proporcionada por um conjunto de transformações estruturais, mas que chegavam às práticas comuns.

A década de 1920 foi marcante para a vida urbana de São Paulo. A partir desse momento a cidade passa a se configurar como uma metrópole e buscava se reconhecer – e ser reconhecida – como uma das capitais do mundo *civilizado*. Para isso um conjunto de modificações estruturais foi necessário. Mas, mais que a mudança nas construções, a internalização dos hábitos civilizados – um processo civilizador – foi requerido, divulgado, construído, especialmente nas páginas dos jornais. O que se tentou demonstrar aqui foi como os anúncios dos jornais propagandeavam a vida moderna, como as casas comerciais destinadas à alimentação estavam concentradas justamente no centro *reformado* da cidade (o Triângulo Central) e como, ao mesmo tempo, as crônicas podem dar a ler traços do cotidiano. Assim, entende-se que é possível, a partir da imprensa periódica, acessar e refletir sobre os trajetos urbanos do paladar.

NOTAS

1. O presente artigo é parte dos resultados da pesquisa de doutorado da autora, que investigou as publicações da coluna de crônicas citada durante a década de 1920, buscando perceber o papel da imprensa periódica na transformação dos hábitos e costumes citadinos, notadamente no que tange as formas de comer na cidade que se desejava moderna. Portanto, a pesquisa versa sobre a cidade de São Paulo durante a década de 1920. Para isso foram consultadas aproximadamente duas mil crônicas.

2. Processo civilizador é uma categoria desenvolvida por Norbert Elias (1993) em obra com mesmo nome. Entende-se que esse processo é complexo e se expressa de diversas maneiras, dentre elas a distinção social e a formação do gosto, conforme será abordado nos capítulos seguintes.
3. A coluna “Coisas da Cidade” era assinada por P. Através da pesquisa da autora constatou-se que possivelmente se tratava de Plínio Barreto, importante nome no jornalismo e no grupo *Estadão*.
4. Muitas são as crônicas que eram destinadas a criticar a estrutura urbana e mesmo os estabelecimentos comerciais da cidade. Através da pesquisa foi possível perceber que o autor das crônicas usava do seu espaço no jornal na busca de chegar aos padrões civilizados. As críticas se davam, sobretudo, sobre a higiene e a falta de luxo dos ambientes destinados à alimentação na cidade de São Paulo.
5. Entende-se por classes perigosas aquilo que definiu Sidney Chalhoub: aqueles que de alguma forma ameaçavam o progresso imaginado. Cf. CHALHOUB, 1996.
6. As referências norte-americanas de consumo e gosto estão presentes no Brasil em todo o século XX. Durante a década de 1950 isso fica emblemático com a importação de eletrodomésticos e dos carros, que passam a ser também produzidos no Brasil. Além disso, produtos como a Coca-cola, o leite condensado Moça e tantos outros passam a fazer parte dos ingredientes presentes na cozinha brasileira. Cf. OLIVEIRA, 2010.
7. Em *Os olhos dos pobres*, Baudelaire aborda o incômodo convívio da modernidade: enquanto um casal burguês está no interior de um salão de restaurante, usufruindo da modernidade, uma *família de olhos* admirava pela vitrine a modernidade, sem expectativas de um dia poder desfrutar dela.

REFERÊNCIAS

Anúncios

CASA ROMANO. *O Estado de S. Paulo*, 15 mai. 1926, p. 7. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19260515-17244-nac-0007-999-7-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

CENTRAL HOTEL. *O Estado de S. Paulo*, 18 mar. 1926, p. 12. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19260318-17187-nac-0012-999-12-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

CONFEITARIA SELECTA. *O Estado de S. Paulo*, 28 dez. 1924, p. 9. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19241228-16746-nac-0009-999-9-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

CONFEITARIA SUISSA. Carnaval. *O Estado de S. Paulo*, 22 fev. 1925, p. 2. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19250222-16802-nac-0002-999-2-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MAPPIN STORES. Aos visitantes da capital. *O Estado de S. Paulo*, 06 mar. 1924, p. 7. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19240306-16472-nac-0007-999-7-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MAPPIN STORES. Chá Infantil. *O Estado de S. Paulo*, 22 dez. 1924, p.3. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19241222-16741-nac-0003-999-3-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MAPPIN STORES. Five o'clock tea. *O Estado de S. Paulo*, 20 fev. 1926, p. 11. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19260220-17161-nac-0011-999-11-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MAPPIN STORES. Restaurante Mappin. *O Estado de S. Paulo*, 29 set. 1925, p. 9. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19250929-17019-nac-0009-999-9-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

RESTAURANTE ANGLO-AMERICANO. *O Estado de S. Paulo*, 06 mar. 1920, p. 1. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19200306-15036-nac-0001-999-1-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

RESTAURANTE ANGLO-AMERICANO. *O Estado de S. Paulo*, 16 abr. 1926, p. 7. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19260416-17215-nac-0007-999-7-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

RESTAURANTE CENTRAL. *O Estado de S. Paulo*, 27 dez. 1923, p. 8. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19231227-16404-nac-0008-999-8-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

RESTAURANTE HARRISON&MORRIS. *O Estado de S. Paulo*, 12 jan. 1920, p. 1. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19200112-14983-nac-0001-999-1-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

Crônicas

P. Scenas das Ruas. *O Estado de S. Paulo*, 19 fev. 1921, p. 4. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19210219-15381-nac-0004-999-4-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Uma campanha necessária. *O Estado de S. Paulo*, 21 fev. 1921, p. 4. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19210221-15383-nac-0004-999-4-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. O movimento no centro. *O Estado de S. Paulo*, 27 dez. 1922, p. 5. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19221227-15644-nac-0005-999-5-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Uma palestra com Rosa Raisa. *O Estado de S. Paulo*, 13 ago. 1921, p. 6. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19210813-15553-nac-0006-999-6-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. O preço do café. *O Estado de S. Paulo*, 01 mai. 1929, p. 3. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19290501-18224-nac-0003-999-3-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Kiosques Inúteis. *O Estado de S. Paulo*, 07 jul. 1925, p. 4. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19250707-16935-nac-0004-999-4-not>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

Bibliografia

ALIVIM, Zuleika; PEIRÃO, Solange. *Mappin 70 anos*. São Paulo: Editora Ex Libris, 1985.

BAUDELAIRE, Charles. *Pequenos poemas em prosa*. Rio de Janeiro: Record, 2009.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CHALHOUB, Sidney. *Cidade febril: cortiços e epidemias na Corte Imperial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CUNHA, Maria Teresa Santos. Diários pessoais: territórios abertos para a História. In: PINSKY, Carla Bassanezi. DE LUCA, Tania Regina (Org.). *O historiador e suas fontes*. São Paulo: Contexto, 2009.

DE LUCA, Tania; MARTINS, Ana Luiza. Quem lê tanta notícia? Imprensa, mídia e sociedade no Brasil. In: SEBRIAN, Raphael Nunes Nicoletti (Org.). *Leituras do passado*. Campinas: Pontes, 2009.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 1993.

FOLLIS, Fransérgio. *Modernização urbana na Belle Époque paulista*. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

HECK, Marina de Camargo. Comer como atividade de lazer. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 33, jan.-jun. 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MATOS, Maria Izilda Santos de. *Cotidiano e cultura: história, cidade e trabalho*. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de; CARNEIRO, Henrique. A história da alimentação: balizas historiográficas. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, São Paulo, v. 5, n. 1, 1997.

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

NEEDELL, Jeffrey D. *Belle époque tropical: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NORA, Pierre. O retorno do fato. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979.

OLIVEIRA, Debora Santos de Souza. A transmissão do conhecimento culinário no Brasil urbano do século XX. São Paulo, 2010. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 27, n. 53, 2007.

REVEL, Jacques. Os usos da civilidade. In: ARIËS, Philippe; CHARTIER, Roger. *História da vida privada*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. v. 3.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *História do Brasil Nação: abertura para o mundo (1889-1930)*. Rio de Janeiro: Mapfre e Editora Objetiva, 2012.

SENNETT, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SEVCENKO, Nicolau. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SILVA, João Luiz Maximo. Alimentação de rua na cidade de S. Paulo (1828-1900). São Paulo, 2008. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

SILVA, Marcos da. *História: o prazer em ensino e pesquisa*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TOLEDO, Roberto Pompeu de. *A capital da vertigem: uma história de São Paulo de 1900 a 1954*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

Ana Luíza Mello Santiago de Andrade é Professora colaboradora do Departamento de História da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), em Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. Doutora em História pela Universidade de São Paulo (USP). Graduada e Mestra em História pela UDESC.

Como citar:

ANDRADE, Ana Luíza Mello Santiago de. Trajetos urbanos do paladar: construção do gosto e sociabilidades burguesas nas crônicas e anúncios do jornal *O Estado de S. Paulo* (década de 1920). *Patrimônio e Memória*, Assis, SP, v. 15, n. 1, p. 158-181, jan./jun. 2019. Disponível em: <pem.assis.unesp.br>.