

Contrastes na terra do café: São Paulo entre a publicidade e a crônica nos anos 1920

Contrasts in the coffee land: São Paulo between advertising and chronicles in the 1920s

Contrastes en la tierra del café: São Paulo entre publicidad y crónicas en la década de 1920

Ana Luíza Mello Santiago de Andrade¹

Recebido em: 3/8/2020
Aceito para publicação em: 29/9/2020

Resumo: Este trabalho tem por intenção discutir como determinados locais de sociabilidade, especialmente os dedicados ao comer e ao beber, apresentaram alterações significativas na vida urbana paulistana no início do século XX. O que se busca é compreender as formas de sociabilidades modernas, em que o comer fora de casa, mais que atitude natural que visa à alimentação para suprir necessidades, esteve carregada de valores simbólicos e distinção social. Articulados à formação

¹ Graduada e mestra em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) e doutora em História pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente atua como professora no departamento de História da Udesc.

do gosto e à distinção social, verifica-se que os padrões higiênicos e o discurso médico estiveram presentes em diversas esferas da sociedade: nos lares, nas obras estruturais, nos cuidados com o corpo e a saúde, mas também nos estabelecimentos comerciais destinados à alimentação. Tais aspectos apontam para a alimentação como prática de lazer e de convívio social que agitou a vida urbana da metrópole em construção, e o que se vê é uma adequação de São Paulo ao chamado mundo civilizado. Foram pesquisadas e tabuladas as edições do jornal *O Estado de S. Paulo*, entre os anos de 1920 e 1929, compreendendo que a imprensa periódica atuou de forma pedagógica nessa tentativa de incluir São Paulo no mundo civilizado, contudo também exerceu papel de vigilância das novas práticas urbanas, notadamente por meio de crônicas e também de anúncios de casas comerciais destinadas ao comer e ao beber: restaurantes, confeitarias, leiterias, *bonbonnières*, salões de chá. A intenção é perceber as divergências entre o que anunciava a publicidade e o controle da vida social por meio da coluna de crônicas, entendendo-as como pequenos textos dedicados a tratar de temas próprios do cotidiano da vida urbana.

Palavras-chave: São Paulo; café; sociabilidades; publicidade; crônicas.

Abstract: This paper aims to discuss how certain places of sociability, especially those ones dedicated to eating and drinking, showed significant changes in urban life. This research tries to understand the modern sociability ways, in which eating out, more than a natural attitude that aims at eating for necessity, was along with symbolic values and social distinction. Besides the formation of taste and social distinction, it can be seen that hygienic standards and the medical discourse were altogether in many spheres of society: homes, structural facilities, body care and health, and commercial establishments. These aspects have pointed out to food as a practice of leisure and social life, which agitated the urban life of the metropolis under construction. Also, we see an adaptation of São Paulo to the so-called civilized world. For the development of this research, issues of the newspaper *O Estado de S. Paulo* from between 1920 and 1929 were investigated and tabulated, understanding that the periodical press has acted in a pedagogical way in this attempt of including São Paulo in the civilized world, as well has monitored the new urban practices, notably through the chronicles and advertisements of commercial establishments dedicated to eating and drinking: restaurants, patisseries, dairies, candy shops, tearooms. Therefore, the intention is to verify the differences between what was in publicity and the control of social life through the chronicles, comprehending them as brief texts dedicated to treat about matters of daily urban life.

Keywords: São Paulo; coffee; socialities; publicity; chronicles.

Resumen: Este trabajo pretende analizar como ciertos lugares de sociabilidad, especialmente aquellos dedicados a comer y beber, mostraron cambios significativos en la vida urbana de São Paulo en el principio del siglo XX. Se buscan comprender las formas de la sociabilidad moderna, en las cuales comer fuera del hogar, más que una actitud natural dirigida a la comida para satisfacer las necesidades, estaba cargado de valores simbólicos y distinción social. Además de la formación del gusto y la distinción social, parece que las normas de higiene y el discurso médico estaban presentes en diferentes ámbitos de la sociedad: en los hogares, en las obras estructurales, en el cuidado del cuerpo y de la salud, pero también en los establecimientos comerciales destinados a la alimentación. Esos aspectos apuntan a la comida como una práctica social y de ocio que agitó la vida urbana de la metrópoli en construcción, y lo que se ve es una adaptación de São Paulo al llamado mundo civilizado. Las ediciones del periódico *O Estado de S. Paulo* entre los años 1920 y 1929 fueron investigadas

y tabuladas, entendiendo que la prensa periódica actuó de manera pedagógica en el intento de incluir a São Paulo en el mundo civilizado, pero también ejerció el papel de velar por las nuevas prácticas urbanas, especialmente de crónicas y también de anuncios de casas comerciales para comer y beber: restaurantes, pastelerías, lecherías, bares de dulces, salones de té. La intención es notar las divergencias entre lo que anuncia la publicidad y el control de la vida social por medio de la columna de crónicas, entendendo esas crónicas como textos breves dedicados a temas propios del cotidiano de la vida urbana.

Palabras clave: São Paulo; café; sociabilidades; publicidad; crónicas.

A publicidade exerceu um importante papel na construção de imaginários sobre a modernidade. Vendendo mais do que produtos, foi por meio da propaganda que novas formas de sociabilidade foram disseminadas pelas páginas dos jornais. Circulando nos jornais diários, os anúncios demonstravam modos de vida que estavam ao alcance dos leitores dos jornais, homens (em sua maioria) e mulheres letrados, pertencentes às elites ou a uma classe remediada que se formava no cenário urbano do início do século XX. A imprensa de notória circulação, como *O Estado de S. Paulo*, apresentava em suas páginas uma porcentagem significativa de anúncios, dos mais variados. Em cada edição, entre duas e quatro páginas finais eram dedicadas à parte comercial. Além disso, ao longo de todas as páginas do jornal é possível encontrar publicidade: das meias aos chapéus, dos restaurantes aos medicamentos, todo tipo de produto era anunciado pela mídia impressa.

O que se pode inferir é que esse tipo de anúncio publicitário marcou a transição para novas formas de consumo na cidade, e assim

a imprensa mais profissionalizada passou a figurar como segmento econômico polivalente, de influência na melhoria dos demais, visto que informações, propaganda e publicidade nela estampada influenciavam outros circuitos, dependentes do impresso em suas variadas formas. O jornal, a revista e o cartaz – veículos da palavra impressa – potencializavam consumo de toda ordem (MARTINS; DE LUCA, 2006, p. 38).

A imprensa e sua forma de divulgação de serviços e produtos potencializavam os mais variados tipos de consumo, construindo um mercado cada vez mais dinâmico. Dessa forma, compreende-se que as opções de compras se abriam, e a chegada de novos produtos e novas casas comerciais eram divulgadas via mídia impressa, que auxiliava também na sobrevivência destas. De acordo com Ana Luíza Martins e Tania Regina de Luca, o público consumidor – dos jornais e dos produtos – mostrava uma classe média em ascensão, experiência própria de um capitalismo que se aprofunda no espaço urbano (MARTINS; DE LUCA, 2006, p. 39). Para Gilles Lipovetsky (2015, p. 214), esse *capitalismo de consumo* “abre um novo espaço, essencial, para o imaginário estético do universo de mercado: a publicidade”.

Figura 1 – Anúncio da Casa Spanier, em *O Estado de S. Paulo* (1.º jan. 1922)



Fonte: CASA... (1922, p. 11)

Figura 2 – Anúncio do Hotel Victoria, em *O Estado de S. Paulo* (2 set. 1924)



Fonte: HOTEL... (1924, p. 6)

Figura 3 – Anúncio do Imperial Hotel, em *O Estado de S. Paulo* (7 out. 1922)



Fonte: IMPERIAL... (1922, p. 1)

Figura 4 – Anúncio do Mappin Stores, publicado em *O Estado de S. Paulo* em 10 set. 1925



Fonte: MAPPIN... (10 set. 1925, p. 8)

Figura 5 – Anúncio do Mappin Stores, publicado em *O Estado de S. Paulo* em 29 set. 1925



Fonte: MAPPIN... (29 set. 1925, p. 9)

Ao tomar os anúncios aqui reproduzidos como modelos de texto publicitário, percebe-se que buscavam a construção de seus ambientes pautados na distinção social. Essa é uma das formas de selecionar os frequentadores e apontar para a experiência de uma vida *chic* e elegante. Na figura 1 a Casa Spanier, localizada na Rua Dr. Falcão, colocava-se ao público como um “estabelecimento de primeira ordem”, convidando a freguesia a visitá-lo e verificar se “é ou não o primeiro, o maior, o mais bello estabelecimento no genero” (CASA..., 1922, p. 11). Com restaurante aberto dia e noite, por meio desse texto se nota a preocupação não só em *vender comida*, sua principal atividade, como também em explorar um estilo de vida e construir-se como espaço destinado àqueles que fossem dignos de lá estar. O uso de termos como “digníssima freguesia” aponta para uma certa distinção social. As casas comerciais não só vendiam seus produtos, mas em seus anúncios buscavam delimitar o público a quem se destinavam.

O anúncio do Hotel Victoria, na figura 2, chama atenção por destacar-se como “o preferido pelas excelentíssimas famílias e cavalheiros”. Pela linguagem utilizada, percebe-se uma preocupação evidente em colocar em destaque quem frequenta a casa comercial: não são quaisquer famílias, apenas as excelentíssimas. Também não são os homens comuns, mas sim os cavalheiros. Aqui, mais do que *o que* se vende, mas *onde* fica e *quem* frequenta parecem atrair mais interesse, tendo em vista que a publicidade foca nisso e não em seu produto. O fato de situar-se no Largo do Paysandu já diz muito sobre o tipo de estabelecimento, num código de sinais modernos que muito nos dizem sobre a ascensão social. Já o anúncio do Imperial Hotel indica que em seu interior o cliente encontraria luxo, conforto e distinção. Um primeiro detalhe chama a atenção: esse hotel ficava na Rua Visconde do Rio Branco, situada entre os bairros Campos Elíseos e Santa Ifigênia, os quais se localizavam próximo ao centro da cidade, onde havia um círculo maior de pessoas e de novidades. Apesar de tal proximidade, não eram considerados parte do perímetro central, onde estava localizado o famoso *triângulo*, hoje conhecido como *triângulo histórico*². Imagina-se que esse estabelecimento buscava se definir como *moderno* por meio da adjetivação do seu interior, com o destaque para o luxo e a distinção, mas sem perder a freguesia.

A publicidade do Mappin Stores merece destaque. Sendo um estabelecimento que vendia variados tipos de produtos, a loja acabou atraindo homens, mulheres, moças e moços para o seu interior. Fazer compras não tinha apenas o sentido prático, mas toda uma carga simbólica. Assim, os salões do Mappin foram frequentados pelas elites paulistanas, e o espaço – junto com alguns outros, como a Brasserie Paulista – figurara entre os mais elegantes locais para promover os encontros na cidade. Nos anúncios aqui destacados, diz-se que o Mappin oferecia um serviço “irrepreensível”, era um local onde o cliente entrava e saía satisfeito e que apresentava boa cozinha e um ambiente agradável, também a preços módicos. No outro anúncio ainda afirma que era “o melhor, o mais solícito e esmerado da cidade”, oferecendo ainda “comodidade ilimitada”.

Uma cidade cada vez mais *atrativa* traduziu-se num aumento significativo do custo de vida, por isso, mesmo se destinando apenas à elite, o Mappin destacava os preços módicos de seu restaurante. Segundo as pesquisadoras que se dedicaram a escrever a história da empresa, esta tinha a proposta de servir à elite que se construiu pela exploração do café e que apresentava um novo estilo de vida pautado nos modismos europeus; essa elite “habitava imponentes casarões, circulava pelas confeitarias do Triângulo, votava no Partido Republicano Paulista e moldava seus gostos segundo os últimos ditames das capitais europeias” (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 38). Houve, portanto, uma importação de hábitos e valores que passaram a ser compartilhados socialmente: “tratava-se de uma gente a quem o café havia criado hábitos e aspirações elevados” (ALVIM; PEIRÃO, 1985, p. 38).

² No triângulo central de São Paulo encontram-se os prédios mais antigos da cidade, como o Pátio do Colégio, o Largo de São Francisco, o Edifício Martinelli, entre tantos outros.

Entretanto, por mais que as casas comerciais anunciassem todo seu luxo e requinte, algumas observações não escaparam ao olhar de um cronista do jornal *O Estado de S. Paulo*. A coluna Coisas da Cidade publicava crônicas como forma de denúncia sobre tudo aquilo que, na perspectiva do cronista, pudesse representar o atraso e prejudicar o andamento de São Paulo rumo ao progresso. Assim, anotou constantemente os pontos frágeis da metrópole em construção, estabelecendo críticas e apontando propostas para a saída das situações que julgava inaceitáveis. Por meio das crônicas por ele publicadas, vê-se que havia um descompasso entre o que era ofertado nos anúncios e o que ele notava sobre os bares, cafés e restaurantes em seu dia a dia. Em crônica publicada em 26 de abril de 1920 o autor faz uma denúncia:

Não existe em S. Paulo um só café decente...

Os sete ou oito que se encontram no Triângulo são de um desasseio e de uma falta de conforto verdadeiramente incríveis. Mesas sujas, soalho sujo, chicaras sujas e, para cumulo, em salas estreitíssimas onde os consumidores se apertam e acotovelam.

Mas os estabelecimentos continuam na mesma, e se a gente habituada ao tradicional costume brasileiro de se tomar café a toda hora apetece durante o dia uma chicara da excelente bebida, outro recurso lhe não resta senão sujeitar-se a tudo isso – e arriscar-se à consequências de toda essa imundície...

Como se explica que em S. Paulo, na terra do café, não exista um só estabelecimento desse gênero que seja, quando não luxuoso e atraente, pelo menos limpo, amplo, confortável e bem servido?

Mas o mais lamentável e o que mais depõe contra nós, e sobretudo contra os commerciantes que exploram a venda avulsa do café, é que, em taes pocilgas, o que se bebe não é mais que uma beberagem quase intragável, que só ingerimos por não haver outra melhor e porque já nos habituamos a tolerar tudo (P., 26 abr. 1920, p. 9)³.

A prática de haver lugares próprios para o consumo do café vem de uma cultura europeia, notadamente francesa, em que tais espaços seriam como lócus privilegiado para observar a cidade e socializar a escrita em meio ao dia de trabalho. Além disso, a bebida é um estimulante natural, que auxilia no rendimento para um dia de trabalho. É preciso destacar que, quando falamos aqui de elites, estamos nos referindo a uma burguesia que, mesmo exercendo cargos de maior prestígio, seja na carreira pública ou na privada, trabalha cotidianamente. Em São Paulo o trabalho concentrava-se na região central, pois abrigava o centro financeiro, os poderes públicos e as principais atividades comerciais. O que o cronista nota entra em choque com as imagens construídas pela publicidade: se nestas todos os ambientes indicam luxo e conforto, nas crônicas parece que esses padrões não existiam em nenhum estabelecimento. Mesmo que o autor use recursos para exagerar o cenário e promover certa mobilização em torno da causa, o que se vê é que o cenário não se apresentava tão à parisiense como se anunciava.

Os padrões de higiene aparecem com bastante evidência na construção de argumentos contra tais estabelecimentos. De acordo com a descrição, eram pouco asseados, desconfortáveis, sujos, imundos. O autor chega a chamá-los de “pocilgas”, tudo aquilo que não se esperava de um ambiente propício para experimentar a modernidade. Outro ponto de destaque dessa crônica são os ambientes pequenos, em que os fregueses se apertavam. Isso também é um indício da preocupação higiênica, que prevê ambientes arejados e espaçosos.

³ Optou-se por manter a grafia original dos textos publicados no jornal *O Estado de S. Paulo*, sem alterações.

Como a cidade passou a ser tomada pelas pessoas, o contato cada vez mais próximo com outros corpos, no transporte coletivo, nos bancos, nos restaurantes, implicava uma preocupação com a saúde. Nesse sentido, os ambientes pequenos e abafados significavam também um descuido com os padrões de higiene. Em suas crônicas, o escritor continua a descrever o desconforto em ambientes como cafés e restaurantes:

Primeiro, o desleixo de quasi todas as nossas casas de refeições: sujas, mal instaladas, pessimamente servidas...

- Onde se come bem na cidade? Perguntou-me há dias um amigo

- Homem, para falar a verdade em parte alguma. Há por ahi uma dúzia de restaurantes mas os melhores não chegam a comparar-se aos de segunda ou terceira ordem de Pariz, de Buenos Aires ou mesmo do Rio. E, apesar disso, todos cheios! Todos abarrotados para o almoço e o jantar! E não aparece um homem sufficientemente emprehendedor, que instale aqui um bom restaurante... (P., 26 jun. 1920, p. 6).

A crônica citada, datada de junho de 1920, destaca a dificuldade de encontrar bons restaurantes na cidade. Se olharmos para os anúncios, uma análise rápida nos faria entender que havia casas luxuosas, preparadas e asseadas. Mas as crônicas nos dizem outra coisa, e nos dão mais detalhes. Para o autor, não se comia bem na cidade em parte alguma, ou seja, nenhum estabelecimento estava verdadeiramente preparado para receber os fregueses com gosto mais refinado. O autor faz ainda a comparação com outras capitais: a óbvia Paris, modelo principal de cidade desejado pelo autor; Buenos Aires, que constantemente aparece em suas crônicas como lugar mais avançado do que São Paulo; e o próprio Rio de Janeiro, capital federal. Isso tudo nos leva a compreender que se estabelece uma relação de comparação entre as capitais com a cidade de São Paulo, a fim de apontar exemplos do caminho a seguir.

O que se destaca aqui é, portanto, a inconstância entre a publicidade e as crônicas. Se aqueles que vendiam alimentos e bebidas se mostravam como adequados às necessidades daqueles tempos, jornalistas/cronistas atuavam como fiscais da vida moderna e buscavam assegurá-la, denunciando tudo aquilo que consideravam fora do padrão. Para Norbert Elias, os planos e ações empreendidos para provocar alguma mudança social são resultado de uma *interdependência* de pessoas, ou seja, algumas pessoas isoladas pensam, sentem e desejam, mas não há um planejamento único nem uma intencionalidade única em atingir esse ou aquele objetivo. Ao se falar em *processo civilizador*, como é o caso do que ocorre em São Paulo no início do século XX, é preciso compreender que a ideia de civilização não é nem do campo racional, nem do irracional. Para Elias (1993, p. 195), ela “é posta em movimento cegamente e mantida em movimento pela dinâmica autônoma de uma rede de relacionamentos, por mudanças específicas na maneira como as pessoas se veem obrigadas a conviver”. É da transformação do modo como as pessoas se entendem na teia social e na forma como convivem com os outros que se está falando aqui. Assim, “à medida que mais pessoas sintonizavam sua conduta com a de outras, a teia de ações teria que se organizar de forma sempre mais rigorosa e precisa, a fim de que cada ação individual desempenhasse uma função social” (ELIAS, 1993, p. 196).

Numa cidade em processo de complexificação – das relações sociais, comerciais e culturais – era preciso pôr ordem, garantindo o acesso a uma experiência *verdadeiramente* moderna. Para Norbert Elias esse tecido básico é o resultado de um número de ações variado e pode dar origem a mudanças e modelos que nenhuma pessoa isolada planejou ou criou. “Dessa interdependência de pessoas surge uma ordem *sui generis*, uma ordem mais irresistível e mais forte do que a vontade e a razão das pessoas isoladas que a compõem” (ELIAS, 1993, p. 194).

Uma das questões que vêm à mente ao discutir esse processo civilizador é tentar compreender por que os restaurantes e cafés aparecem com tanto destaque ao tratar dos cuidados de higiene na cidade. O convívio social no espaço urbano foi uma das grandes marcas do processo civilizador. Assim, os lugares destinados à alimentação e ao comer fora de casa fizeram parte da transformação das condutas, das formas de se portar, indicando um novo *habitus* social. Tais locais foram alguns dos espaços destinados a essa transformação. Para Flandrin, autor de destaque na área de História da Alimentação, há uma relação entre a higiene e o individualismo. O processo de comer com talheres individuais, por exemplo, pode auxiliar o processo de individualização. Para ele, “isso evidencia não só uma obsessão pela limpeza, como ainda um progresso do individualismo: o prato, o copo, a faca, a colher e o garfo individuais na verdade erguem paredes invisíveis entre os comensais” (FLANDRIN, 2009, p. 264). Desse modo, o domínio dos talheres, as formas de se portar em determinados ambientes indicam a coexistência das duas frentes: a preocupação higiênica e o indivíduo cada vez mais fechado nessa modernidade. Tais aspectos nos levam à dimensão de civilidade.

A civilidade diz respeito à capacidade de seguir normas e regras preestabelecidas e aceitas socialmente. É uma forma de organizar a sociedade por meio de regras elaboradas para o bom convívio social. Ela não diz respeito unicamente àquilo que esteja garantido por um aparato legal, mas também pela forma de condutas que já estejam internalizadas pelos indivíduos que compõem essa sociedade. Muitos foram os livros que se dedicaram a explicar as regras do conviver. Os chamados *manuais de etiqueta* tiveram grande circulação entre as pessoas que desejavam portar-se de acordo com as normas. Mas há outras formas de divulgação e proteção de um código de posturas sociais.

É possível compreender, portanto, que o cronista atuava também como o promotor de um código de civilidade. A origem da palavra vem do latim *civile* e diz respeito ao habitante da cidade. Desse modo, a relação entre civilidade e cidade já é bastante óbvia desde suas origens. Além disso, a aceleração do tempo e as mudanças sociais vividas no período aqui estudado apontam a necessidade de atuação de pessoas que pudessem orientar e conduzir esse caminho. Logo, fazem parte do processo outros atores além dos jornalistas. As escolas constituíram também modos eficazes no combate ao que se entendia por atraso. São formas de controle social que se expressam de várias maneiras.

Por um lado, os procedimentos de controle social tornam-se mais severos; através das formas educativas, da gestão das almas e dos corpos, encerram o indivíduo numa rede de vigilância cada vez mais compacta. Por outro, constituem-se à margem da vida coletiva espaços protegidos que são objetos de uma revalorização, sendo o primeiro deles o foro familiar. Naturalmente, podemos compreender essas duas Histórias opostas como as duas faces inseparáveis de um mesmo processo que a longo prazo conduz a uma reorganização em profundidade das formas da experiência social (REVEL, 1991, p. 170).

O autor afirma que é “sobre o corpo que as normas de civilidade se exercem com maior rigor” (REVEL, 1991, p. 189). São, portanto, modelos comportamentais que se divulgam nas crônicas: a esperança de uma determinada postura, um padrão dos ambientes frequentados – e a denúncia quando necessário, no sentido de atuar perante o problema em questão.

Na experiência urbana moderna não bastava estar, era preciso ser visto. Porém isso implicava ser visto em determinados lugares e não ser em outros. Há uma hierarquia social com limites tênues, porém significativos, quando pensamos na divisão social entre os habitantes das cidades. Se por um lado grupos grandes de homens e mulheres das classes mais pobres estavam sendo deslocados de suas moradias para dar lugar aos palacetes, à abertura

de avenidas, entre outros tantos projetos que fizeram migrar pessoas já estabelecidas em seus lugares, por outro lado grupos restritos viviam o que imaginavam ser a modernidade.

- Porque não havemos de ter em S. Paulo um bom café, bem limpo e bem servido, sem a sujeira e os defeitos dos actuais?

É esta a pergunta que de quando em quando nos fazem alguns leitores. Mas, também nós a temos feito muitas vezes, impressionados com o estado lamentável de quase todos os cafés da cidade.

Com effeito, de todas as cidades grandes onde existem cafés, S. Paulo é a que os apresenta menos limpos e mais desapparelhados. O facto de ser a terra do café e terra grande e rica, de mais de meio milhão de habitantes, torna ainda mais estranhável: que aqui não existam casas decentes para a venda em chcaras da apreciada bebida. Entretanto, no estrangeiro, não são poucos os cafés luxuosos, onde o freguez é admiravelmente servido muitíssimo melhor do que aqui. Como se explica, realmente, que, sendo S. Paulo a terra do café, não conte até hoje, já não dizemos com um café já esplendidamente montado, com luxo e conforto, mas ao menos um estabelecimento decente?

Ora, certo dia, um argentino [...] manifestou curiosidade por ver os cafés de S. Paulo:

- Devem ser os mais bellos do mundo... Não tivemos coragem de o desiludir, contando a realidade nu'a e cr'ua (P., 9 jan. 1922, p. 3).

Nessa crônica publicada em janeiro de 1922 o cronista volta a trazer à tona o que chama de “realidade nua e crua”. Busca em sua narrativa fazer um apelo sentimental ao colocar-se a si mesmo e a cidade em situação constrangedora diante do visitante estrangeiro. Não compreende como que a cidade, capital de um estado cujo principal produto de exportação era o café, não tinha ainda um bom espaço para apreciação da bebida, já tão presente na vida urbana. Buscando sempre explorar os problemas da cidade, o autor usa dados (como o número de habitantes), questionamentos, dúvidas e até certo sentimentalismo para sensibilizar os leitores e quiçá os empreendedores. É a ânsia por viver numa cidade condizente com seus desejos – possivelmente uma Paris nos trópicos – que o autor deixa ler nas entrelinhas de suas publicações. O cronista mostra diariamente os locais por onde circula, demonstra ter informações privilegiadas dos poderes públicos (em certas notas aponta que pôde ver em primeira mão projetos a serem desenvolvidos na cidade, por exemplo) e constrói-se como um intelectual (frequenta as melhores livrarias, entende de obras de arte); assim, seus argumentos não se apresentam como sendo de apenas mais um cidadão, mas sim de alguém com voz autorizada para questionar e intervir na vida pública.

Escritores de jornais atuavam também como agentes responsáveis por controlar e denunciar atitudes, agindo como educadores de protocolos de civilidade. Maria Teresa Santos Cunha, ao estudar a publicação de uma escola católica e de elite da década de 1940, aponta para a função pedagógica da publicação em prol da internalização de formas de comportamento que

respondiam às expectativas criadas pelos membros das elites para maior distinção social que, aos poucos, difundia-se para segmentos cada vez mais amplos da sociedade. Reafirmar maneiras de se portar no ambiente escolar e familiar, de ser portador de hábitos pessoais de higiene, de lidar com as funções corporais, com os cheiros, com o escarro, com a sujeira; de se comportar em relação aos outros, tanto os superiores como os inferiores na hierarquia social, estava inserido no processo civilizador de controlar a agressividade, as emoções no chamado *abrandamento das pulsões* e pela harmonização do espaço social [...] (CUNHA, 2011, p. 246).

Essa forma de cobrar condutas e modos de agir socialmente dizia respeito aos desejos de uma elite, que tinha sonhos próprios e ansiava por progresso. O *abrandamento das pulsões* é uma das características que conduzem o processo civilizador, abordado por Norbert Elias.

O que se pode inferir é que há diferentes *graus* de civilidade: há os que já internalizaram as condutas a serem seguidas e teriam, supostamente, finalizado seu processo civilizador, decodificando as regras e cumprindo um papel exemplar na sociedade; há os que estão no caminho do processo, mas ainda necessitam internalizar as regras para o bom convívio social, como parece ser o caso dos que frequentam os cafés mas que ainda cospem no chão; e há aqueles que ainda vivem presos ao que se considerava atrasado, com práticas ainda provincianas. Assim, há uma hierarquia social bem definida, marcada não só pelos ganhos salariais, mas também pelo acesso ao mundo moderno e suas normas e regras de conduta.

Há, por trás da reforma das estruturas e das sensibilidades, um *objetivo higienizador*, como bem aponta Follis (2004, p. 26):

Ao eliminar um grande número de miseráveis habitações populares – tidas como insalubres e vistas como focos de epidemias – e permitir que a circulação de ar e a penetração de luz solar fossem substancialmente melhoradas, a construção dessa nova malha urbana de amplas vias, juntamente com a nova rede de esgotos e várias obrigações relativas à higiene impostas ao setor privado, revelava também o objetivo higienizador da reforma.

Assim, o refinamento do gosto passa também pelos padrões de higiene. Para Massimo Montanari (2008, p. 130), há uma carga simbólica nas práticas culturais, e estas “mudam de uma época para outra, paralelamente à mudança dos comportamentos concretos da sociedade e dos indivíduos”. Se o cronista soubesse que quase cem anos depois de seus escritos um dos modismos alimentares do século XXI é a comida vendida em caminhões, os chamados *foodtrucks*, dispostos no meio das ruas ou em parques sobre areia e poeira, talvez ficasse decepcionado com o caminho do progresso. O higienismo significava tanto uma ideologia como uma prática cultural, presente nas diversas esferas da sociedade. Assim, os padrões modificam-se de acordo com o contexto em que estão situados. Os parâmetros de higiene marcaram a Primeira República no Brasil de diversas formas: seja no cuidado com os locais públicos, com as doenças ou com o convívio social, seja na promoção de teorias raciais baseadas no cientificismo. O crescimento de uma cidade como São Paulo, que viu sua população aumentar vertiginosamente entre finais do século XIX e início do século XX, provocou essas formas de vida baseadas no trabalho informal. A convivência de diferentes tipos urbanos (de um lado os trabalhadores populares e de outro uma burguesia em ascensão) marcou a experiência urbana:

O crescimento acelerado gerava moradias irregulares e figuras populares inusitadas transitavam pela cidade: a preta-mina cozinheira, os engraxates mestiços, os carregadores, as doceiras, os capoeiras, os vendedores de leite em domicílio, o baleiro ou o cura a oferecer proteção. Todos conviviam com uma nova burguesia que aos poucos se separava do campo e tinha agora nas cidades o seu quartel-general (SCHWARCZ, 2012, p. 39).

Se por um lado a imprensa exercia um papel de destaque ao estabelecer os limites desse convívio social e apontar as demandas numa cidade em constante transformação, por outro os médicos produziam o discurso oficial, técnico, amparados pela ciência, para promover o progresso.

O que se pretende é lançar novas luzes sobre um olhar apressado para as crônicas e olhá-las mais detidamente. Para Michel de Certeau, o movimento que o historiador faz é *artificializar a natureza*, ou seja, promover estranheza para o que muitas vezes já está naturalizado. O discurso médico e científico entra nesse campo: uma sociedade de capitalismo aprofundado como a nossa, que tem o discurso médico ainda muito presente, por vezes naturaliza o cuidado com a saúde como atitude natural. É esse estranhamento que se quer provocar aqui, mostrando que é preciso *modificar a natureza do homem*, sendo assim necessário perceber “a conexão entre uma socialização da natureza e uma ‘naturalização’ (ou materialização) das relações sociais” (CERTEAU, 2008, p. 79). A tentativa de internalizar um processo de *naturalização* das relações sociais foi o que se pretendeu capturar aqui nestas análises.

São Paulo é uma cidade de excessos. Essa configuração passou a confundir-se com a identidade paulistana a partir da sua transformação em metrópole, ainda nos “frementes anos 1920”, como destacou Nicolau Sevckenko (1996) em *Orfeu extático na metrópole*. Um mar agitado atingiu a cidade, que passou a se abrir para o mundo e a internacionalizar hábitos alimentares com base nos imigrantes que ali começaram a chegar. A tentativa de se internacionalizar passou, também, pela necessidade de se fazer metrópole. Mas, como foi brevemente demonstrado neste artigo, o processo foi longo e amplamente discutido na imprensa periódica, que nos anúncios projetava a modernidade e nas crônicas questionava a demora da sua chegada.

REFERÊNCIAS

Crônicas

P. Cafés sem hygiene. **O Estado de S. Paulo**, p. 6, 15 jun. 1922. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19220615-15851-nac-0006-999-6-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Doceiros ambulantes. **O Estado de S. Paulo**, p. 4, 17 jan. 1925. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19250117-16766-nac-0004-999-4-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Os cafés. **O Estado de S. Paulo**, p. 9, 26 abr. 1920. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19200426-15085-nac-0009-999-9-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Os cafés. **O Estado de S. Paulo**, p. 3, 9 jan. 1922. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19220109-15700-nac-0003-999-3-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

P. Um abuso perigoso. **O Estado de S. Paulo**, p. 6, 26 jun. 1920. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19200626-15145-nac-0006-999-6-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

Anúncios

CASA Spanier. **O Estado de S. Paulo**, p. 11, 1.º jan. 1922. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19220101-15692-nac-0011-999-11-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

HOTEL Victoria. **O Estado de S. Paulo**, p. 6, 2 set. 1924. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19240902-16630-nac-0006-999-6-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

IMPERIAL Hotel. **O Estado de S. Paulo**, p. 1, 7 out. 1922. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19221007-15965-nac-0001-999-1-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MAPPIN Stores. Almoço na cidade. **O Estado de S. Paulo**, p. 8, 10 set. 1925. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19250910-17000-nac-0008-999-8-not>. Acesso em: 10 dez. 2017.

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

Bibliografia

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

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

CUNHA, Maria Teresa Santos. Mensageiro de sociabilidades: estudo sobre um jornal escolar infantil (Florianópolis, 1946-1952). In: MORGA, Antonio Emilio (org.). **História, cidade e sociabilidade**. Itajaí: Casa Aberta Editora, 2011.

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

FLANDRIN, Jean-Louis. A distinção pelo gosto. In: CHARTIER, Roger. **História da vida privada, 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

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

GOMES, Angela Maria; HANSEN, Patricia Santos. **Intelectuais mediadores: práticas culturais e ação política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

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

MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tania Regina. **Imprensa e cidade**. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

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

NEVES, Margarida de Souza. Ciência, civilização e República. In: HEIZER, Alda; VIDEIRA, Antonio Augusto Passos. **Ciência, civilização e República nos trópicos**. Rio de Janeiro: Mauad X; Faperj, 2010.

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

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

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como missão**: tensões sociais e criação cultural na Primeira República. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu extático na metrópole**. São Paulo: Brasiliense, 1996.