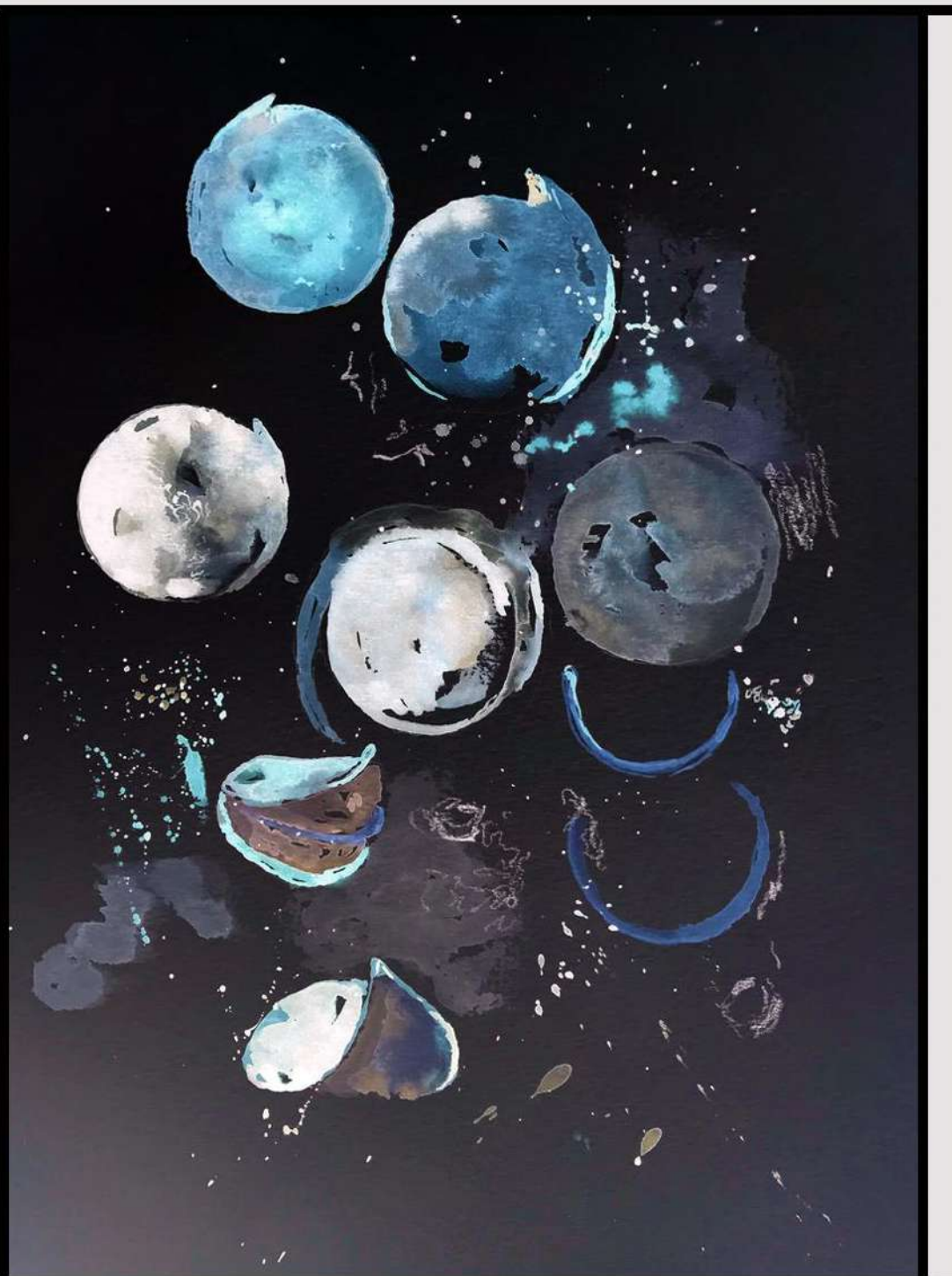


MANGÚT

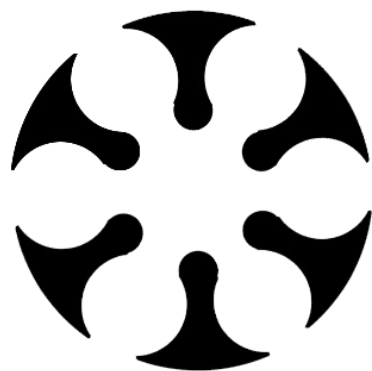
Conexões Gastronômicas

ISSN 2763 - 9029

Volume 1 | Número 2 | 2021



Aquarela e grafite sobre papel de algodão. Registros elaborados a partir de grãos de quinoa crus e cozidos. O trabalho busca perceber cada alimento como um universo e seu caráter relacional. Propõe a aproximação da matéria e ampliação de suas dimensões físicas e sensoriais, que nos remetem a outras que não podemos ver mas são igualmente presentes, como sua produção, distribuição e consumo. Ilustração de Julia Ribeiro @carcomidinha



MANGÚT

Conexões Gastronômicas

ISSN 2763-9029

Volume 1 | Número 2 | 2021



Revista Mangút: Conexões Gastronômicas | *Mangút Journal: Gastronomic Connections*

EDITOR CHEFE | *EDITOR-IN-CHIEF*

Ivan Bursztyn Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil

EDITORES CIENTÍFICOS | *SCIENTIFIC EDITORS*

Cláudia Mesquita Pinto Soares Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil
Daniela Alves Minuzzo Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil
Rodrigo Cotrim Carvalho Escola de Comida e Universidade de São Paulo (USP), Brasil

NORMATIZAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO | *STANDARDIZATION AND LAYOUT*

Daphne Corrêa Ferreira Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil

Periodicidade | *Frequency* Semestral | *Biannual*

Processo de revisão | *Peer-review process* Duplo parecer cego | *Double blind peer-review*

Formato da revista | *Journal Format* Eletrônica | *electronics*

Submissões | *Submissions* <http://revistamangut.gastronomia.ufrj.br>

Endereço | *Address* Revista Mangút
Instituto de Nutrição Josué de Castro
Av. Carlos Chagas Filho, 373, CCS, Bloco K / Sala 38,
Cidade Universitária, Ilha do Fundão, Rio de Janeiro/RJ – CEP: 21941-902

Telefones | *Phones:* 55(21) 3938-6600

Correio eletrônico | *E-mail* revistamangut@gastronomia.ufrj.br

Sítio | *Site* <http://revistamangut.gastronomia.ufrj.br>

Diretrizes aos autores | *Author Guidelines* <https://revistas.ufrj.br/index.php/mangut/about/submissions#authorGuidelines>

Revista Mangút: Conexões Gastronômicas [recurso eletrônico] / Departamento de
Gastronomia do Instituto de Nutrição Josué de Castro da Universidade Federal do Rio de Janeiro. -
v. 1, n. 2, dezembro de 2021 -- Rio de Janeiro: UFRJ, 2021-.

v.

Semestral.

ISSN 2763-9029.

1. Gastronomia. 2. Pesquisa. 3. Periódico. I. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
Departamento de Gastronomia.

CONSELHO EDITORIAL NACIONAL | NATIONAL EDITORIAL BOARD

Alexandre Brasil Fonseca	<i>Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil</i>
Fabiana Bom Kraemer	<i>Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Brasil</i>
Fátima Portilho	<i>Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Brasil</i>
Fernanda Baeza Scagliusi	<i>Universidade de São Paulo (USP), Brasil</i>
Ingrid Conceição Dantas Guerra	<i>Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil</i>
Janine Helfst Leicht Collaço	<i>Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil</i>
Maria Amália S. A. Oliveira	<i>Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Brasil</i>
Maria Goretti da Costa Tavares	<i>Universidade Federal do Pará (UFPA), Brasil</i>
Maria Henriqueta S. G. Gimenes-Minasse	<i>Universidade Anhembi Morumbi (UAM), Brasil</i>
Myriam Melchior	<i>Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil</i>
Neide Kazue Shinohara	<i>Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Brasil</i>
Paulo Henrique Machado Sousa	<i>Universidade Federal do Ceará (UFC), Brasil</i>
Raul G. da M. Lody	<i>Fundação Pierre Verger (FPV) e Museu da Gastronomia Baiana (MGB), Brasil</i>
Renata Menasche	<i>Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Brasil</i>
Sidiana da Consolação Ferreira Macêdo	<i>Universidade Federal do Pará (UFPA), Brasil</i>
Susana de Araujo Gastal	<i>Universidade de Caxias do Sul (UCS), Brasil</i>

CONSELHO EDITORIAL INTERNACIONAL | INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

Celia Rosa Gonzales	<i>Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), Peru</i>
Colin Michael Hall	<i>University of Canterbury (UC), Nova Zelândia</i>
Jean-Pierre Poulain	<i>Université fédérale Toulouse Midi-Pyrénées (UFTMP), França</i>
Jesús Contreras	<i>Universitat de Barcelona (UB), Espanha</i>
Jordi Juan Tresserras	<i>Universitat de Barcelona (UB), Espanha</i>
Ken Albala	<i>University of the Pacific, Estados Unidos da América</i>
Mabel Gracia Arnaiz	<i>Universitat Rovira i Virgili (URV), Espanha</i>
Massimo Montanari	<i>Università di Bologna (UNIBO), Itália</i>
Paulina Mata	<i>Universidade Nova de Lisboa (UNL), Portugal</i>
Peter A. Jackson	<i>University of Sheffield, Reino Unido</i>
Regina G. Schlüter	<i>Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina</i>
Ricardo Bonacho	<i>Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) & Universidade de Lisboa (UL), Portugal</i>



Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos:

- Autores mantêm os direitos autorais e concedem à revista o direito de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>), permitindo o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria do trabalho e publicação inicial nesta revista.
- Autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não-exclusiva da versão do trabalho publicada nesta revista (ex.: publicar em repositório institucional ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial nesta revista.
- Autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal), já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado. Porém deve-se observar que uma vez aprovado pelos avaliadores, o manuscrito não poderá sofrer mais alterações. Caso o autor deseje fazê-lo, deverá reiniciar o processo de submissão.

SUMÁRIO | TABLE OF CONTENTS

Volume 1 | Número 2 | 2021

EDITORIAL | EDITORIAL

Mesa para quantos? | *How many seats?*

Ivan Bursztyn, Cláudia Mesquita Pinto Soares, Daniela Alves Minuzzo e

Rodrigo Cotrim de Carvalho6

ARTIGOS ORIGINAIS | ORIGINAL ARTICLES

A força feminina das profissionais do vinho no Brasil: percepções de mulheres atuantes nas áreas de ensino, pesquisa, produção e serviço | *The female strength of wine professionals in Brazil: perceptions of women acting in the areas of education, research, production and service*

Lilian Corrêa Alves e Elga Batista da Silva9

A cozinha das Mères: um breve estudo sobre a importância das chefs femininas de Lyon | *The Mères cuisine: a brief study on the importance of Lyon's female chefs*

Aline de Amorim Cordeiro Viana 27

O lugar do jornalismo na constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil | *The place of journalism in the constitution of gastronomy discourse and field in Brazil*

Renata Maria do Amaral 42

As pipocas nos cinemas: um consumo insustentável a ser digerido | *Popcorn in cinemas: an unsustainable consumption to be digested*

Cynthia Arantes Ferreira Luderer 56

O caso da quinoa: reflexões sobre globalização alimentar | *The quinoa case: considerations of food globalization*

Pedro Diggelmann 72

Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores | *Informal sweets trade: challenges for young university entrepreneurs*

Maria Eliza Assis dos Passos, Letícia Ferreira Tavares e José Antônio Dias de Brito84

A influência dos engenhos de rapadura do sítio Moitinga para a gastronomia Ubajareense | *Brazilian rapadura mills influence at sítio Moitinga in Ubajara's gastronomy*

Josilane Mendes Cavalcante, Patrícia Campos Mesquita e Claudia de Sousa Rodrigues 98

Tradição e culinária na Estação das Docas, Belém (PA) | *Tradition and cuisine at Docas Station, Belém (PA)*

Lizandra Barcellos Ladeira e Adriana de Souza Lima 112

A soberania e segurança alimentar e nutricional na percepção da comunidade acadêmica de bacharelados em gastronomia no Brasil | *Food sovereignty and nutritional security in the perception of the academic community in the gastronomy baccalaureate's course in Brazil*
Barbara Cassetari Sugizaki e Maria Rita Marques de Oliveira133

Comunidade caiçara da Vila do Aventureiro, Ilha Grande, Brasil: uma análise do padrão e produção alimentar | *Aventureiro caiçara community, Ilha Grande, Brasil: an analysis of food and production pattern*
Juliana Fernandes Silva de Oliveira e Juzânia Oliveira da Silva Brandão 147

ENSAIOS TEÓRICOS | THEORETICAL ESSAYS

Sovando uma autenticidade alimentar: relações genuínas entre o turismo e o patrimônio | *Kneading a food authenticity: genuine relations between tourism and heritage*
Lucas Martinelli..... 164

RELATOS DE EXPERIÊNCIAS | EXPERIENCE REPORTS

Produções artísticas gastronômicas: a trajetória de um projeto cultural universitário | *Gastronomic artistic productions: the path of a university cultural project*
Alisson Marley Rodrigues Alcantara, Alessandra Pinheiro de Goes Carneiro e Allyson Levy Pinheiro Ávila 172

ENTREVISTAS | INTERVIEWS

A gastronomia e o ensino das ciências: entrevista com Paulina Mata | *Gastronomy and science education: interview with Paulina Mata*
Paulo Henrique Machado de Sousa e Rafael Veras Castelo Branco 183

RESENHAS CRÍTICAS | CRITICAL REVIEWS

Toda nação tem seu prato: identidade nacional, ativismo político e comida negra na América do século XX | *Every nation has its dish: black bodies & black food in twentieth-century America*
Ewerton Reubens Coelho-Costa 194

Mesa para quantos?

How many seats?

Mesa para cuántos?

Ivan Bursztyn | ivan@gastronomia.ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0002-3154-9421>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Cláudia Mesquita Pinto Soares | claudiasoares@ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0003-0095-3891>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Daniela Alves Minuzzo | daniela.minuzzo@ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0003-2771-5914>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Rodrigo Cotrim de Carvalho | rodrigo.cotrim@usp.br

<https://orcid.org/0000-0003-2899-2761>

Escola de Comida e Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, Brasil.



BURSZTYN, I.; SOARES, C. M. P.; MINUZZO, D. A.; CARVALHO, R. C. Mesa para quantos? Editorial. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 6-8, dez. 2021.

O ano de 2021 marca não apenas o lançamento deste periódico científico, mas a consolidação de um movimento de construção de uma rede de colaboração em torno do campo da pesquisa em Gastronomia. A partir do diálogo cada vez mais recorrente e fértil entre pesquisadores/as, docentes e discentes dos cursos de formação superior no país, de editores/as de periódicos científicos nacionais e de instituições parceiras de cultura, pesquisa, ensino e do terceiro setor é nítido o salto qualitativo das produções e das articulações políticas em torno do tema e de suas possibilidades de desdobramentos.

Em nosso último editorial deixamos marcada a nossa posição e intenção de ser um espaço coletivo de debates, conexões e principalmente de provocações intelectualmente honestas e arejadas para que o campo científico da Gastronomia se expanda, se libertando de dogmas coloniais que precisam ser superados. Dessa forma, possibilitando que a Gastronomia ocupe espaços relevantes nos debates políticos e sociais que envolvem a alimentação, a partir de sua perspectiva cultural, além de seu indubitável peso econômico.

O acolhimento à revista pode ser medido de diferentes formas, não apenas pelas submissões de trabalho, mas pelos convites de participação de nossos/as editores/as em diferentes eventos ao longo do primeiro semestre e pelos crescentes aceites de participação de docentes nas avaliações dos trabalhos. Outro indicativo foi a abertura para parcerias e diálogos em outros países por meio do nosso conselho editorial internacional, que se mostrou solícito e interessado em participar desta conversa e deste movimento, abrindo portas para a comunidade de autores/as que estão pensando a Gastronomia a partir de uma perspectiva brasileira, portanto complexa, desafiadora e abundante.

Pensar a promoção de debates cientificamente enraizados em Gastronomia implica em uma disponibilidade ética associada a uma disciplina na revisão, construção e até combinação de métodos de pesquisa que dialoguem de forma coerente entre si, no sentido de serem capazes de estabelecerem pontes e não muros. Demanda também perspicácia e destreza nos recortes temáticos, de modo a possibilitar a construção de trabalhos consistentes em sua discussão e rigorosamente elaborados em sua estrutura.

Neste caminho, uma personagem se destaca nesta construção: quem avalia os trabalhos submetidos. Pessoas que partem de campos específicos de conhecimento distintos e se encontram na Gastronomia e, com muito esforço, estão construindo um diálogo interdisciplinar e científico possível. Recai sobre editores/as a responsabilidade de mediação destas conversas, mas entendemos que a pavimentação deste percurso se dá através do amadurecimento do trabalho destas pessoas, que merecem não apenas nosso agradecimento como também nossa mais especial atenção para que possamos aprender e caminhar juntos/as, aperfeiçoando a cada edição o processo de avaliação e o retorno dado aos/às autores/as.

Sugerimos que as comunidades interessadas no desenvolvimento do campo científico da Gastronomia sejam capazes de compreender e colaborar com este processo, buscando interpretar os retornos das avaliações como tentativas de construção de debates e não como imposições dogmáticas de qualquer natureza. Há de se considerar a pluralidade de olhares, de origens, de textos, de densidades teóricas e principalmente de perspectivas nos trabalhos propostos e nas avaliações destes.

Sigamos nesta caminhada, parando para sentar de vez em quando à uma mesa bem grande para conversar, comer, beber e pensar sobre tudo que gostamos e nos alimenta de tantas formas.

Boa leitura!

A força feminina das profissionais do vinho no Brasil: percepções de mulheres atuantes nas áreas de ensino, pesquisa, produção e serviço

The female strength of wine professionals in Brazil: perceptions of women acting in the areas of education, research, production and service

La fuerza femenina de las profesionales del vino en brasil: percepciones de las mujeres actuando en las áreas de educación, investigación, producción y servicio

Lilian Corrêa Alves | lilian_c.alves@yahoo.com.br

<https://orcid.org/0000-0002-4583-694X>

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Seropédica, RJ, Brasil.

Elga Batista da Silva | elga.silva@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6646-4682>

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Seropédica, RJ, Brasil.

Recebimento do artigo: 19-fevereiro-2021

Aceite: 11-outubro-2021



ALVES, L. C.; SILVA, E. B. A força feminina das profissionais do vinho no Brasil: percepções de mulheres atuantes nas áreas de ensino, pesquisa, produção e serviço. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 09-26, dez. 2021.

RESUMO

Nos anos recentes, muitos trabalhos têm sido publicados sobre aspectos relacionados ao vinho, como é o caso dos estudos sobre os perfis e preferências dos consumidores dessa bebida. Entretanto, ainda são escassas as pesquisas abordando questões sobre os profissionais do vinho, inclusive do gênero feminino. Estudos assim podem ser úteis não apenas para conhecer essas mulheres, mas também para, potencialmente, compreender melhor as relações de trabalho em serviços de alimentação que as empregam. Nesse contexto, essa pesquisa buscou conhecer as percepções de 200 mulheres que trabalham no mundo do vinho no Brasil ou estão se qualificando para tanto; a partir de questões envolvendo temas como atuação e formação profissional, misoginia, entre outros, através de um *survey online*. Com base nos resultados foi possível perceber que a participação feminina no mundo profissional dos vinhos vem crescendo e ganhando cada vez mais espaço, mas algumas dessas mulheres já passaram por situações misóginas ou preconceituosas com relação à sua ocupação, e mesmo considerando satisfatória sua inserção no mercado de trabalho acreditam poder conquistar maior espaço e reconhecimento nesse segmento.

Palavras-chaves: Gastronomia; Enologia; Feminismo; Misoginia; Serviços de alimentação.

ABSTRACT

In recent years, many works have been published on several aspects related to wine, as is the case of studies on the profiles and preferences of consumers of this drink. However, there is still little research addressing questions about wine professionals, including women. Such research can be useful not only to get to know these women, but also to understand the working relationships potentially better in food services that employ them. In this context, this research sought to know the perceptions of 200 women who work in the world of wine in Brazil or are qualifying for it; from questions involving topics such as performance and professional training, misogyny, among others, through an online survey. Based on the results, it was possible to notice that the female participation in the world of wines has been growing and gaining more and more space, but some of these women have already gone through misogynistic or prejudiced situations regarding their occupation, and even considering their insertion in the market satisfactory believe they can achieve greater space and recognition in this segment.

Keywords: Gastronomy; Enology; Feminism; Misogyny; Food service.

RESUMEN

En los últimos años se han publicado numerosos trabajos sobre diversos aspectos relacionados con el vino, como es el caso de estudios sobre los perfiles y preferencias de los consumidores de esta bebida. Sin embargo, todavía hay poca investigación que aborde cuestiones sobre los profesionales del vino, incluidas las mujeres. Dicha investigación puede ser útil no solo para conocer a estas mujeres, sino también para comprender mejor las relaciones laborales en los servicios alimentarios que las emplean. En este contexto, esta investigación buscó conocer las percepciones de 200 mujeres que trabajan en el mundo del vino en Brasil o están calificando para ello; desde preguntas que involucran temas como desempeño y formación profesional, misoginia, entre otros, a través de una encuesta en línea. A partir de los resultados, se pudo percibir que la participación femenina en el mundo de los vinos ha ido creciendo y ganando cada vez más espacio, pero algunas de estas mujeres ya han pasado por situaciones misóginas o prejuiciosas con respecto a su ocupación, e incluso considerando su inserción satisfactoria en el mercado creen que pueden lograr mayor espacio y reconocimiento en este segmento.

Palabras clave: Gastronomía; Enología; Feminismo; Misoginia; Servicios alimentarios.

INTRODUÇÃO

O hábito de consumir vinhos vem despertando o interesse de muitos consumidores não apenas no Brasil, mas em nível mundial, inclusive em países que tradicionalmente não eram grandes nomes nesse segmento do mercado. Esse panorama tem impulsionado muitas estratégias envolvendo o comércio desse tipo de bebida, focadas principalmente nos perfis dos clientes e nos hábitos de consumo de vários estilos de vinhos. Como um outro reflexo dessa tendência, nos anos recentes têm sido publicados vários trabalhos científicos sobre os aspectos enológicos (BELMIRO, PEREIRA, PAIM, 2017), funcionais (DORDEVIC et al., 2017) e sensoriais (DANNER et al., 2017) da referida bebida; além dos estudos acerca dos perfis e preferências dos consumidores da mesma (MORA, URDANETA e CHAYA, 2018). Entretanto, poucas pesquisas têm abordado aspectos relacionados aos profissionais do vinho, englobando seus perfis, formações e atuações no mercado de trabalho no que tange ao ensino, à pesquisa, à produção e ao serviço da bebida. Como exemplos desse tipo de pesquisa citam-se os trabalhos de Rodrigues (2019), que teve como objetivo estudar o perfil e as atividades dos profissionais que atuam com vinhos em Departamentos de Alimentos e Bebidas (A&B) em meios de hospedagem (hotéis) localizados no município do Rio de Janeiro; e também de Alves (2017), que estudou o universo dos *sommeliers*, buscando correlacionar a atuação desses profissionais às questões ligadas à hospitalidade praticada nos hotéis de alto padrão (*up scale*) da mesma cidade supracitada.

Como um *gap* desse tipo de tema, não foram encontradas pesquisas acadêmicas específicas sobre a atuação de pessoas do gênero feminino no mercado do vinho, apesar da considerável influência de mulheres nesse segmento ao longo da história da bebida. São exemplos dessas profissionais notáveis nomes como o da francesa Barbe-Nicole Clicquot Ponsardin (“a viúva”), que, segundo Mazzeo (2009) fundou a marca Veuve Clicquot®, uma das mais famosas do mundo, vinícola onde atuou nos séculos XVIII e XIX, assumindo os negócios da organização após o falecimento de seu marido, então dono da empresa em questão. Já na contemporaneidade, a jornalista inglesa Jancis Robinson, que é considerada a mulher mais importante do mundo do vinho da atualidade, foi a primeira mulher a obter o respeitado título de *Master of Wine* em 1984 (BARELLI, 2018).

Cabe ressaltar que de acordo com Barelli (2019), “no passado, eram pouquíssimas as mulheres no mundo do vinho, e aquelas que chegavam a uma vinícola eram encaminhadas para o setor de atendimento ao público”. Essa autora também comentou (*op. cit.*) que as mulheres estão, no presente momento, reescrevendo a história do vinho. Adicionalmente, a atuação das mulheres no mundo do vinho vem sendo discutida em eventos da área, como em uma edição carioca do “Vinhos de Portugal”, no qual profissionais como Lígia Santos, diretora executiva da Caminhos Cruzados; Juliana Kelman, dona da Kelman Wine, ambas do Dão; Sofia Prazeres, sócia da Quinta de São José; Laura Regueiro, proprietária da Quinta da Casa Amarela, as duas do Douro; e Clara Roque do Vale, da Monte da Capela e ex-presidente da Comissão Vitivinícola Regional Alentejana, no Alentejo, debateram acerca de temas como mudanças, avanços e, naturalmente, dificuldades por ser mulher no mercado de vinhos (BREVES, 2019).

No Brasil, vinícolas de destaque possuem mulheres como fundadoras ou à frente de sua administração e áreas técnicas, como por exemplo, Gabriela Hermann Pötter, da Guatambu Estância do Vinho, Hortência Ravache Ayub e suas filhas Vanessa e Manuela, da Vinícola

Campos de Cima, Mônica e Victória Mércio da Estância Paraizo e Clori Izabel Peruzzo, da Vinícola Peruzzo (GRANDI, 2019). Entretanto, através da revisão bibliográfica sobre o tema deste trabalho foi possível perceber que são escassas as pesquisas falando especificamente das profissionais do vinho atuantes no país. Além disso, verificou-se que não existem, no Brasil, estudos acadêmicos abordando, de forma específica, a atuação de profissionais do gênero feminino nesse segmento. Nesse contexto, emergiu o objetivo da presente pesquisa: conhecer as percepções de mulheres que trabalham, no presente momento, no mundo do vinho brasileiro ou estão se qualificando para tanto; a partir de questões diversas envolvendo temas como atuação profissional, formação, misoginia, entre outros.

REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Frozino (2006) o mundo em que a pessoa vive e a forma como ela vê esse mundo, além da sociedade onde está inserida, bem como, valores culturais, famílias e amigos são fatores que influenciarão no momento de decisão sobre qual carreira seguir. De acordo com o trabalho de Belo (2010) a inserção de mulheres no mercado de trabalho ocorreu por motivações ligadas a valores modernos como ações por direitos iguais aos dos homens, desejos de realização individual.

Quando o assunto são as mulheres e o mercado de trabalho, Baylão e Schettino (2012) apontaram que desde os anos 2000 a participação feminina em setores importantes da sociedade vem aumentando significativamente e provocando mudanças importantes no cenário do mercado de trabalho. Ainda assim, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) destacados por Barros (2020) mostraram que em 2019 as mulheres formavam mais da metade da população em idade de trabalhar (52,4%), porém os homens representavam a maior parcela da população que efetivamente trabalhava (56,8%).

Para Ribeiro e Jesus (2016) o ingresso das mulheres nas universidades e o aumento nos níveis de escolaridade permitiram uma maior inserção no mercado de trabalho. Entretanto, mesmo possuindo níveis de escolaridade geralmente mais altos que os homens, as mulheres ainda enfrentam a desigualdade salarial e ocupam cargos inferiores. Além disso, esses autores afirmaram ainda que a igualdade de gêneros no mercado de trabalho só será efetiva depois que houver uma quebra de preconceitos de gênero aliada à conscientização da igualdade entre homens e mulheres.

Mesmo que pequenos avanços possam ser notados quando se fala em mulheres e ocupação profissional, a divisão sexual do trabalho e o entendimento por parte da sociedade do que se dizem tarefas de homens e de mulheres continua determinando a inserção feminina no mercado de trabalho (COTRIM, TEIXEIRA e PRONI, 2020). A estranheza com que algumas pessoas ainda reagem quando se deparam com mulheres trabalhando com vinhos pode ser atribuída ao fato de que, assim como outras profissões ligadas à gastronomia, o mundo do vinho é considerado um segmento tipicamente masculino (ZACCARO, 2016). Sobre a relação entre profissão e gênero, Belo (2010, p.21) afirmou que:

Apesar de todas as mudanças ocorridas no contexto social referentes ao preconceito contra a mulher, parece existir ainda um apego à ideologia estabelecida socialmente

que busca caracterizar as mulheres como menos capacitadas para determinados tipos de atividades.

Com base nessas colocações, considerou-se relevante pesquisar, entre mulheres que almejam ou já estão inseridas no mercado de trabalho do vinho, certos aspectos relacionados à sua presença e atuação nesse segmento profissional, visto que pesquisas com esse cunho podem ser úteis não apenas para conhecer essas mulheres, mas também para, potencialmente, compreender melhor as relações de trabalho em serviços de alimentação que as empregam.

MÉTODOS

A pesquisa teve caráter quali-quantitativo e natureza descritiva, atendendo à necessidade de o investigador acumular informações sobre o tema de pesquisa que pretende-se estudar (TRIVIÑOS, 1987).

A coleta de dados foi realizada através de um questionário disponibilizado *online* durante os meses de janeiro a outubro de 2020, utilizando a plataforma Google Docs®, contendo 20 perguntas (abertas e fechadas), direcionadas especificamente às mulheres que atuam no mercado do vinho, ou que estão se qualificando para trabalhar nesse segmento. Segundo Faleiros et al. (2016) a coleta de dados através do ambiente virtual traz a possibilidade de melhorias em vários segmentos e agiliza o processo de pesquisa; além de afirmarem que “a qualidade dos dados coletados a partir de questionários *online* pode ser superior devido à maior taxa de resposta”, o que seria resultado da comodidade e viabilidade que este meio de coleta proporciona aos respondentes da pesquisa.

A pesquisa do tipo *survey* foi utilizada para permitir o levantamento de dados do público-alvo, de maneira específica e direta. Para a elaboração das perguntas, foram utilizadas as metodologias adaptadas de Rosa, Borges e Ferreira (2019), que elaboraram um questionário para estudar as percepções de aspectos ligados ao gênero de lutadoras de *muay thai*, e de Lopes, Leite e Bueno (2018), cujo questionário foi direcionado a jornalistas do gênero feminino, objetivando conhecer tópicos sobre sua satisfação com o trabalho e a profissão que escolheram.

Foram feitos convites somente para mulheres com o perfil foco da presente pesquisa, para participar voluntariamente do estudo, utilizando-se assim um tipo de amostra não probabilística intencional (OLIVEIRA, 2001). A divulgação desse mecanismo ocorreu através de *e-mails* e contatos em redes sociais (grupos de Whatsapp®, páginas do Facebook®, perfis de Instagram®), nas quais o vinho era o assunto central. As participantes que cooperaram com a pesquisa não foram identificadas, portanto, o sigilo de suas identidades foi mantido, conforme recomendado por Santos (1999). O questionário contemplava perguntas sobre a opinião das respondentes em relação às suas experiências e inspirações como, por exemplo: “Qual é a sua ocupação no mundo do vinho?”, “Você já foi inspirada por

alguma mulher que trabalha (ou trabalhou) no mundo do vinho?" e "Por que resolveu atuar na área de vinhos ou estudar sobre o tema?". Além disso, as participantes também foram convidadas a se posicionar mediante proposições como "Tive facilidade para me inserir no mercado de trabalho do vinho", "Considero satisfatória a inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho em nível nacional"; "Percebo que as pessoas (em geral) reagem com uma certa estranheza quando conto que eu trabalho no mundo do vinho" e "Já ouvi comentários inconvenientes (preconceituosos, misóginos ou desconfortáveis) sobre o meu trabalho no mundo do vinho" entre outras. A última pergunta do questionário foi uma questão aberta, que deixou as respondentes livres para expressar suas opiniões sobre algum assunto relacionado ao tema da pesquisa.

RESULTADOS

Um total de 200 voluntárias respondeu à pesquisa, sendo estas respostas coletadas entre os meses de janeiro e outubro de 2020, período no qual o questionário permaneceu aberto.

A primeira pergunta questionava a ocupação das respondentes no mundo do vinho. De acordo com as respostas, foi possível perceber que as mulheres ocupam posições bem diversificadas no mercado de trabalho desse tipo de bebida. Destaca-se que 38,5% das respondentes se dividem entre proprietárias de lojas de vinhos online ou físicas, representantes comerciais, jornalistas, produtoras de eventos enogastronômicos, escritoras, produtoras de vinhos, gerentes de loja de vinhos e enófilas, 24,5% atuam como *sommelières* e 10,5% são estudantes em cursos de vinhos.

A tabela 1 apresenta os resultados acerca das motivações das respondentes para buscar qualificação ou atuar no mercado do vinho. Algumas das participantes citaram, entre outras respostas, a influência familiar, aprimoramento profissional, oportunidade de negócios, a superação de traumas (suicídio de familiar) e desafios (estudar em um ambiente considerado masculino, auxiliar na abertura de mercado) e a paixão pelos vinhos como fatores relacionados à motivação. Nenhuma das respondentes apontou a lucratividade da atuação no mercado do vinho como motivo para ingressar profissionalmente nessa área. Uma das participantes respondeu que depois de ser mãe, dona de casa e esposa resolveu "dar um *up*" na própria vida e "cuidar de si", e o mundo do vinho auxiliou na recuperação de sua autoestima. Foram citados ainda aspectos como demanda por autonomia e independência, mas algumas respondentes destacaram que em muitos casos essa inserção está ligada à necessidade econômica, como por exemplo a complementação da renda familiar.

Tabela 1. Motivações das profissionais e estudantes respondentes da pesquisa para atuação ou busca pela qualificação na área de vinhos.

Respostas das profissionais e estudantes do segmento do vinho	Resultados
Interesse por conhecer mais sobre os vinhos	29,5%
Eu já era enófila, então decidi me profissionalizar	34%
É uma área de atuação com muitas possibilidades profissionais	5,5%
Somente por necessidade de assumir negócios de família	1,5%
Foi a oportunidade que surgiu em minha vida	15%
Outra	14,5%

Fonte: As autoras.

A tabela 2 apresenta os resultados referentes às percepções das respondentes sobre a inserção das mulheres no mercado nacional e internacional do vinho, questionadas a partir das perguntas 5, 6 e 8 do *survey*.

Tabela 2. Resultados referentes às percepções das respondentes a sobre inserção das mulheres no mercado nacional e internacional do vinho (questões 5, 6 e 8 do *survey*).

Questões	CT	CP	CD	DP	DT
Considero satisfatória a inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho em nível mundial.	44%	28%	7%	16,5%	4,5%
Considero satisfatória a inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho em nível nacional.	42%	23%	7,5%	19%	8,5%
Tive facilidade para me inserir no mercado de trabalho do vinho.	19,5%	33%	12,5%	12%	5%

Legenda: CT – concordo totalmente; CP – concordo parcialmente; CD – não concordo nem discordo; DP – discordo parcialmente; DT – discordo totalmente.

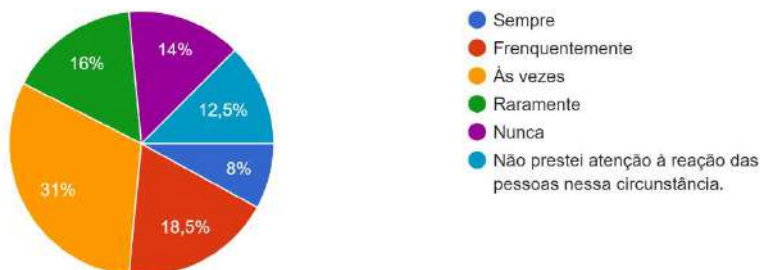
Fonte: As autoras

Com relação à questão 8 que perguntava sobre a facilidade de inserção no mercado de trabalho do vinho, 18% das respondentes mencionaram que ainda não buscaram colocação no mercado de trabalho do vinho pois são estudantes.

Perguntou-se também se as respondentes foram inspiradas por alguma mulher que trabalha ou trabalhou com vinhos, quando foi possível verificar que 57% disseram que foram inspiradas por outras mulheres. Muitos nomes foram citados quando perguntadas sobre quem são essas inspirações, mas cabe destacar os nomes que mais se repetiram, como Cecília Aldaz, Gabriele Frizon, Gabriela Monteleone, Alessandra Fracaro, Jancis Robinson, Susana Balbo, Roberta Boscato, Madame Clicquot Ponsardin, Alexandra Corvo, Daniela Bravin, Filipa Pato, Madeline Pukette, Monica Rossetti e Mikaela Paim, algumas bastante conhecidas no mundo

do vinho, seja no Brasil ou no exterior. Dentre os motivos para essa admiração, as principais respostas falavam sobre características como a força, determinação, resiliência, dedicação e ousadia das referidas profissionais.

Figura 1. Respostas à proposição “Percebo que as pessoas (em geral) reagem com uma certa estranheza quando conto que eu trabalho no mundo do vinho”.



Fonte: As autoras.

Quando perguntadas se as pessoas reagem com estranheza quando descobrem que elas trabalham com vinhos, percebe-se, considerando os percentuais de respostas afirmativas, que muitas participantes desta pesquisa já perceberam esse tipo de reação, seja ela frequente ou não. Por outro lado, apesar desse inconveniente, 85,5% das respondentes se dizem totalmente orgulhosas de seu trabalho no mundo dos vinhos.

A tabela 3 apresenta os resultados referentes às percepções das respondentes sobre os aspectos correlatos à misoginia e discriminação de gênero, questionadas a partir das perguntas 13, 14 e 16 do *survey*.

Tabela 3. Resultados referentes às percepções das respondentes sobre misoginia e discriminação de gênero (perguntas 13, 14 e 16 do *survey*).

Questões	S	N	NR
Já percebi (ou presenciei) atitudes misóginas com relação ao meu trabalho no mundo do vinho	51,5%	31,5%	17%
Já ouvi comentários inconvenientes (preconceituosos, misóginos ou desconfortáveis) sobre o meu trabalho no mundo do vinho.	46%	42,5%	11,5%
Já ouvi (ou presenciei) discriminação com o gênero feminino em processos seletivos para vagas de trabalho no mundo do vinho.	24,5%	44%	31,5%

Legenda: S – sim; N – não; NR – não sei responder.

Fonte: As autoras.

A tabela 4 apresenta os resultados das questões 15 e 17, referentes às percepções das participantes quanto à maior valorização e privilégios do gênero masculino no mercado de trabalho do vinho.

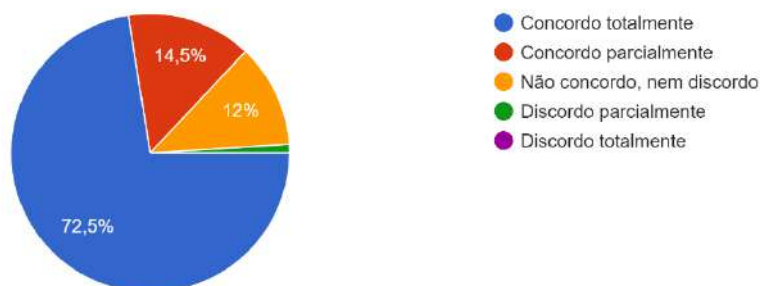
Tabela 4. Resultados referentes às percepções das participantes quanto à valorização e privilégios do gênero masculino no mercado profissional do vinho.

Questões	CT	CP	CD	DP	DT
Considero que, profissionalmente falando, o mundo do vinho privilegia oportunidades para as pessoas do gênero masculino.	30%	39,5%	17,5%	10%	3%
Acredito que, de forma geral, os profissionais do gênero masculino são mais valorizados no mercado de trabalho do vinho.	34%	38,5%	18%	6%	3,5%

Legenda: CT – concordo totalmente; CP – concordo parcialmente; CD – não concordo nem discordo; DP – discordo parcialmente; DT – discordo totalmente.

Fonte: As autoras.

Figura 2. Respostas à proposição “Acredito que contribuo de forma significativa para o crescimento da instituição relacionada ao mundo do vinho da qual faço parte”.



Fonte: As autoras.

Conforme os dados do gráfico 2, observa-se que 72,5% das respondentes concordam totalmente que contribuem significativamente para o crescimento das instituições ligadas ao vinho das quais fazem parte.

Foi possível verificar, de acordo com os resultados da pergunta: “Considero importantes pesquisas como esta, que abordam a presença feminina no mundo do vinho” que 90% das respondentes da pesquisa concordaram com esta afirmação.

A última pergunta do questionário deixava as respondentes livres para expressarem suas opiniões a respeito do tema da pesquisa. Com as respostas percebeu-se que as participantes consideram importantes pesquisas como esta por contribuir, no geral, para a valorização e reconhecimento da profissional do gênero feminino no mercado de trabalho do vinho e diminuição do preconceito, além de mostrar que as mulheres também são capazes de trabalhar com vinhos e estão mais atuantes neste setor.

DISCUSSÃO

De acordo com as respostas coletadas na primeira pergunta do questionário, foi possível perceber que as mulheres ocupam posições bem diversificadas dentro do mundo do vinho, posições estas que vão desde o manejo agrícola das uvas (agrônomas), passando pela produção, vinificação, administração, vendas, ensino, pesquisa e jornalismo.

Com os resultados da segunda pergunta verificou-se que as mais diversas motivações levaram as respondentes a ingressarem neste mundo. A influência do meio em que vivem, tradição familiar e o consumo prévio da bebida foram algumas das motivações citadas.

Analisando as respostas sobre as percepções das respondentes quanto à inserção das mulheres no mercado de trabalho ligado ao vinho, constatou-se que 44% e 42% das respondentes considera satisfatória essa inserção em nível mundial e nacional, ainda que acreditem que as mulheres podem conquistar um espaço maior nesse segmento.

De acordo com Belo (2010) a inserção de mulheres no mercado de trabalho se deu por motivações ligadas à valores modernos como ações por direitos iguais, desejos de realização individual, autonomia e independência, mas que em muitos casos essa inserção está ligada à necessidade econômica, como por exemplo a complementação da renda familiar.

Quando perguntadas se as pessoas reagem com estranheza quando descobrem que elas trabalham com vinhos, percebe-se que 57,5% das respondentes já perceberam esse tipo de reação, seja ela frequente ou não. As respostas vão de encontro ao fato de que o mercado de trabalho do vinho ainda é visto como um segmento majoritariamente masculino (ZACCARO, 2016).

Conforme apurado nas questões “Tenho orgulho em trabalhar no mundo do vinho” e “Acredito que contribuo de forma significativa para o crescimento da instituição relacionada ao mundo do vinho da qual faço parte”, 85,5% das respondentes se dizem totalmente orgulhosas de seu trabalho no mundo do vinho e 72,5% das respondentes concordam totalmente que contribuem significativamente para o crescimento das instituições ligadas ao vinho das quais fazem parte. Sobre esse tema, Andrade, Kilimnik e Pardini (2011) afirmaram que a satisfação no trabalho se refere entre outros fatores, aos conhecimentos formais e capacidade de realização do que o indivíduo deseja. Sentimento de orgulho e realização pessoal são a base para avaliar o que pode ser considerado como sucesso na carreira.

Ao longo da história muitas mulheres se destacaram e contribuíram de forma brilhante para o crescimento do mundo do vinho. Nesse contexto, pergunta-se: o que seria desse universo sem a Madame Clicquot Ponsardin com sua criatividade e determinação? Além desta, outras inúmeras mulheres que atuam ou já atuaram nesse segmento podem ser mencionadas nesse contexto, como a brasileira Regina Vanderlinde, que assumiu em 2018 a presidência da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV) (BRASILEIRA..., 2018).

Outro dado histórico interessante sobre atuação das mulheres e o mercado do vinho refere-se à vinícola Peterlongo, localizada na cidade de Garibaldi – RS, que foi pioneira a admitir mulheres em seu quadro de funcionários, ainda na década de 1930 (DARDEAU, 2015). No Brasil, existem diversas vinícolas fundadas ou comandadas por mulheres, como, por exemplo, a Guatambu Estância do Vinho, Vinícola Campos de Cima, Estância Paraizo e Vinícola Peruzzo (GRANDI, 2019).

Sobre presenciar atitudes e ouvir comentários misóginos, preconceituosos e desconfortáveis, os resultados estão de acordo com reportagens publicadas pelos *sites* do jornal *The New York Times* (2020), da Revista Gama (2020) e da Folha de São Paulo (2021), quando afirmaram que mulheres que se dispõem a trabalhar com vinhos enfrentam no seu dia a dia situações de assédio sexual e moral, bem como atitudes misóginas por parte de clientes e colegas de trabalho. Segundo Isabelle Moreira Lima, jornalista da Revista Gama, essas situações são normalizadas em ambientes de trabalho, por mais desconfortáveis que sejam.

Uma pesquisa realizada em janeiro de 2021 pelo colunista de vinhos Marcelo Copello com mulheres profissionais do mercado e indústria do vinho (publicada no *site* da Folha de São Paulo) mostrou que entre as 500 participantes da pesquisa, 79,5% afirmaram que o mundo do vinho é machista e 69% já tinham ouvido falar que mulheres foram assediadas ou discriminadas em seus empregos nesse segmento de atividades (MELO, 2021).

Ainda que as mulheres estejam conquistando seu espaço no mercado de trabalho em geral, ainda é possível perceber certos preconceitos e a preferência por profissionais do gênero masculino. Alves (2017) apresentou em sua pesquisa a opinião de um *head sommelier* do gênero masculino responsável pelas contratações em um hotel de luxo da cidade do Rio de Janeiro, afirmando que ele sequer analisa os currículos de pessoas do gênero feminino pois acredita que elas “não aguentariam o peso dos trabalhos nos bastidores”. Segundo Fornari (2015) o mercado do serviço de vinhos e outras bebidas ainda é visto por muitos como um mundo tipicamente masculino, fazendo com que mulheres que atuam nesse meio sejam vistas como menos capazes e menos competentes que os profissionais do gênero oposto.

De acordo com comentários feitos na última pergunta do *survey*, que deixava as respondentes livres para expressarem suas opiniões a respeito do tema da pesquisa, discussões como esta são importantes por contribuir para a valorização e o reconhecimento da profissional do gênero feminino no campo de atuação profissional supracitado. Adicionalmente, as respondentes concordaram que iniciativas como a realização dessa pesquisa contribuem para a diminuição do preconceito contra o gênero feminino, além de fortalecer a ideia de que as mulheres também são capazes de trabalhar com vinhos e estão mais atuantes neste setor.

As participantes citaram que a discriminação, a misoginia e o julgamento ainda estão presentes quando se trata de mulheres trabalhando no mercado de vinhos. A dificuldade de colocação no mercado por parte das profissionais com mais idade também é citada como um possível entrave relacionado ao gênero feminino. Outro ponto de convergência nos comentários é o crescimento da participação feminina no mundo dos vinhos e a busca por mais espaço e conhecimento sobre o tema.

CONCLUSÕES

Analisando os resultados apresentados foi possível notar que a participação feminina no mundo dos vinhos vem crescendo e ganhando cada vez mais espaço. Embora esse segmento profissional ainda seja considerado por muitas pessoas um reduto tipicamente masculino, as mulheres vêm atuando em diversos setores do mercado, desenvolvendo atividades como comércio, produção de vinhos, áreas técnicas ou administrativas de vinícolas, produção de

eventos enogastronômicos, pesquisa e ensino, além do trabalho como *sommelières* em serviços de alimentação como restaurantes e bares.

Diversas são as motivações que levaram as participantes desta pesquisa a entrar no segmento profissional em questão. O fato de já serem enófilas e o interesse por conhecer mais sobre a bebida foram as motivações mais citadas, seguidas por fatores como influência familiar, aprimoramento profissional e oportunidade de negócios. Foi possível perceber, de acordo com as respostas, que o ingresso no mundo do vinho também contribuiu para que algumas das participantes aumentassem sua autoestima, superassem traumas pessoais e desafios como trabalhar e estudar em um ambiente inicialmente considerado pela sociedade como quase que exclusivamente masculino.

Quanto à inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho, 44% e 42% das respondentes consideram essa inserção satisfatória em nível mundial e nacional, respectivamente, ainda assim as respondentes são quase unânimes em concordar que as mulheres podem ainda conquistar um espaço maior no mundo do vinho.

Apesar de 69,5% concordarem total e parcialmente que o mercado do vinho privilegia oportunidades para pessoas do gênero masculino, e 72,5% concordarem de forma total e parcial que os profissionais do gênero masculino são mais valorizados nesse meio (fato que ocorre não somente no mundo do vinho mas também em diversos setores do mercado de trabalho), apenas 24,5% das respondentes afirmam já terem presenciado ou ouvido discriminação com o gênero feminino em processos seletivos para vagas de trabalho neste mercado.

É interessante observar, com base nos resultados, o incentivo à realização de pesquisas abordando o tema “mulheres e vinho”, o orgulho das respondentes em fazer parte do mundo do vinho e a vontade de buscar mais conhecimento e aprimoramento profissional, para assim conquistarem mais espaço nesse meio, ainda que haja muitos desafios a serem enfrentados. Como exemplos desses desafios, citam-se as reações de estranheza das pessoas quando encontram uma mulher no serviço do vinho e as situações de julgamento, preconceito e misoginia que vem sendo cada vez mais denunciadas e divulgadas pela mídia. Cabe ressaltar que os resultados que abordaram questões correlatas à misoginia podem servir como um material para fomentar debates relevantes sobre gênero e relações profissionais em serviços na área de Alimentos e Bebidas (A&B) no que tange à atuação feminina. Além disso, os achados do presente trabalho como um todo podem ser úteis para apresentar, de forma pioneira em uma obra acadêmica, as percepções das mulheres que convivem em espaços ocupados, majoritariamente, por homens. Embora existam, conforme apresentado na introdução e no referencial teórico deste artigo, várias publicações comentando sobre o papel da mulher no mundo do vinho, ainda são escassas pesquisas acadêmicas sobre o tema, evidenciando a necessidade de realizar mais estudos com esse perfil. Apesar disso, o presente trabalho apresenta limitações como a abrangência territorial, visto que a coleta de dados foi realizada apenas com respondentes que trabalham ou estudam no Brasil, e o fato de não aprofundar, através de perguntas abertas, as situações envolvendo episódios de machismo e preconceito em sua atuação profissional.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L. C. **O sommelier de vinho em hotéis up scale da cidade do Rio de Janeiro**. 2017. 50 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Bacharelado em Hotelaria. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
- ANDRADE, G. A.; KILIMNIK, Z. M.; PARDINI, D.J. Carreira tradicional versus carreira autogerida ou proteana: um estudo comparativo sobre a satisfação com a carreira, a profissão e o trabalho. **Revista de Ciências da Administração**, v.13, n.31, p.58-80, setembro/dezembro de 2011.
- BARELLI, S. **As mulheres que reescrevem a história do vinho**. 2019. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/as-mulheres-que-reescrevem-a-historia-do-vinho/> Acesso em: 30-12-2019.
- BARELLI, S. **Jancis Robinson é "A" mulher do vinho**. 2018. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/jancis-robinson-e-mulher-do-vinho/> Acesso em: 30-12-2019.
- BARROS, A. **Homens ganharam quase 30% a mais que as mulheres em 2019**. 2020. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27598-homens-ganharam-quase-30-a-mais-que-as-mulheres-em-2019>>. Acesso em 18-10-2020.
- BAYLÃO, A. L. S.; SCHETTINO, E. M. O. **A inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro**. In: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende, RJ – 22 a 24 de outubro de 2014.
- BELMIRO, T. M. C.; PEREIRA, C. F.; PAIM, A. P. S. Red wines from South America: content of phenolic compounds and chemometric distinction by origin. **Microchemical Journal**, n.133, p.114-120, 2017.
- BELO, R. P. **Gênero e profissão: análise das justificativas sobre as profissões socialmente adequadas para homens e mulheres**. 2010. 161 f. Tese (Doutorado em Psicologia Social). Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - Departamento de Psicologia. Universidade Federal da Paraíba. 2010.
- BRASILEIRA é eleita presidente da organização internacional do vinho. **G1 RS**. 2018. Disponível em <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/brasileira-e-eleita-presidente-da-organizacao-internacional-do-vinho.ghtml>> Acesso em 04-11-2020.
- BREVES, L. **Produtoras de vinho falam sobre o avanço da mulher nesse mercado**. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gastronomia/produtoras-de-vinho-falam-sobre-avanco-da-mulher-nesse-mercado-23688697> Acesso em: 30-12-2019.
- COTRIM, L. R.; TEIXEIRA, M. O.; PRONI, M. W. **Desigualdade de gênero no mercado de trabalho formal no Brasil**. 2020. Disponível em <<https://www.economia.unicamp.br/textos-para-discussao/desigualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho-formal-no-brasil>> Acesso em 28-10-2020.
- DANNER, L.; JOHNSON, T. E.; RISTIC, R.; MEISELMAN, H. L.; BASTIAN, S. E. P. "I like the sound of that!" Wine descriptions influence consumers' expectations, liking, emotions and

willingness to pay for Australian white wines. **Food Research International**, v.99, p.263–274, 2017.

DARDEAU, R. **Vinho fino brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad X, 258 p. 2015.

DORDEVIC, N. O.; PEJIN, B.; NOVAKOVIC, M. M.; STANKOVIC, D. M.; MUTIC, J. J.; PAJOVIC, S. B.; TESEVIC, V. V. Some chemical characteristics and antioxidant capacity of novel Merlot wine clones developed in Montenegro. **Scientia Horticulturae**, v.225, p.505–511, 2017.

FALEIROS, F. et al. Uso de questionário online e divulgação virtual como estratégia de coleta de dados em estudos científicos. **Texto e Contexto - Enfermagem**, v. 25, n. 4, e3880014, 2016.

FORNARI, I. **As mulheres, a cachaça e o conflito de gênero**. 2015. Disponível em <<https://www.mapadacachaca.com.br/artigos/mulheres-cachaca-e-os-conflitos-de-genero/>> Acesso em 10-11-2020.

FROZINO, A. D. **Formação profissional: percursos e desafios para a escolha de carreira**. 2006. 152 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional) - Departamento de Economia, Contabilidade e Administração, Universidade de Taubaté, Taubaté, 2006.

GRANDI, G. **Cinco mulheres querem fazer os melhores vinhos do Brasil**. 2019. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/pessoas/cinco-mulheres-da-campanha-gaucha/> Acesso em: 22-09-2020.

LIMA, I. M. 2020. **Vinho, machismo e assédio**. Disponível em <<https://gamarevista.com.br/comida-bebida/vinho-machismo-e-assedio/>> Acesso em 14-11-2020.

LOPES, M.; LEITE, T.; BUENO, T. Hábitos e identidade: quem são os jornalistas de Imperatriz. *In: Anais do XII Simpósio de Comunicação da Região Tocantina*, 2018. Imperatriz, MA.

MAZZEO, T. J. **A viúva Clicquot: A história de um império do champanhe e da mulher que o construiu**. 304 p. Editora Rocco. 2009.

MELO, J. 2021. **Mercado de vinhos é machista para 79,5% de mulheres ouvidas em pesquisa**. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/comida/2021/02/mercado-de-vinhos-e-machista-para-795-de-mulheres-ouvidas-em-pesquisa.shtml>> Acesso em 13-02-2021.

MORA, M.; URDANETA, E.; CHAYA, C. Emotional response to wine: Sensory properties, age and gender as drivers of consumers' preferences. **Food Quality and Preference**, 2018, v.66, p.19–28.

MOSKIN, J. 2020. **The wine world's most elite circle has a sexual harassment problem**. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2020/10/29/dining/drinks/court-of-master-sommeliers-sexual-harassment-wine.html>> Acesso em 01-11-2020.

OLIVEIRA, T. M. V. **Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas**. Administração On Line Prática Pesquisa Ensino - Volume 2 Número 3 (julho/agosto/setembro) 2001.

RIBEIRO, R.M.; JESUS, R.S. A inserção da mulher no mercado de trabalho no Brasil. **Revista de Ciências Humanas**, v.16, n.1, p.42-56, jan/jun. 2016.

RODRIGUES, M. M. V. **Perfis e rotinas dos profissionais do vinho em meios de hospedagem do município do Rio de Janeiro, RJ.** 2019. 50 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Bacharelado em Hotelaria. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

ROSA, M. V.; BORGES, A. M.; FERREIRA, F. E. Dispostas e corajosas: mulheres subversoras de normas em um espaço de aprendizagem do *muay thai* em Camapuã/MS. **Revista Prâksis**, v.16, n.2, p.57 – 80, 2019.

SANTOS, A. R. **Metodologia científica: a construção do conhecimento.** Rio de Janeiro: DP&A, 1999. 166 p.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987. 176 p.

ZACCARO, N. **Conheça as novas caras do vinho.** 2016. Disponível em <<https://vejasp.abril.com.br/cidades/as-novas-caras-do-vinho/>> Acesso em 29-10-2020.

MATERIAL COMPLEMENTAR – QUESTIONÁRIO (SURVEY)

1. Qual é a sua ocupação no mundo do vinho? () *Sommelière* () Enóloga () Agrônoma () Maître () Garçonete responsável pelo serviço do vinho () Colaboradora de loja de vinhos () Cargo administrativo dentro de uma vinícola () Estudante de algum curso relacionado aos vinhos () Professora de algum curso relacionado aos vinhos () Pesquisadora na área de vinhos () *Bartender* de *wine bar* () Outra

2. Se você assinalou a opção “outra” na questão anterior, por favor conte-nos qual é a sua ocupação: _____

3. Por que você resolveu atuar na área de vinhos, ou estudar sobre esse tema?
 - () Interesse por conhecer mais sobre os vinhos
 - () Eu já era enófila, então decidi me profissionalizar
 - () É uma área de atuação lucrativa
 - () É uma área de atuação com muitas possibilidades profissionais
 - () Somente por necessidade de assumir negócios de família
 - () Foi a oportunidade que surgiu em minha vida
 - () Outra

4. Se você assinalou a opção “outra” na questão anterior, por favor conte-nos qual foi a sua motivação para atuar na área de vinhos, ou estudar sobre esse tema:

5. Considero satisfatória a inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho em nível mundial.
 - () Concordo totalmente () Concordo parcialmente () Não concordo, nem discordo
 - () Discordo parcialmente () Discordo totalmente

6. Considero satisfatória a inserção de mulheres em atividades profissionais ligadas ao vinho em nível nacional.
 - () Concordo totalmente () Concordo parcialmente
 - () Não concordo, nem discordo () Discordo parcialmente () Discordo totalmente

7. Acredito que as mulheres podem conquistar mais espaços em atividades profissionais ligadas ao vinho.
 - () Concordo totalmente () Concordo parcialmente () Não concordo, nem discordo
 - () Discordo parcialmente () Discordo totalmente

8. Tive facilidade para me inserir no mercado de trabalho do vinho.
 - () Concordo totalmente () Concordo parcialmente () Não concordo, nem discordo
 - () Discordo parcialmente () Discordo totalmente
 - () Como sou estudante, ainda não busquei colocação no mercado de trabalho do vinho

9. Você já foi inspirada por alguma mulher que trabalha (ou trabalhou) no mundo do vinho?

Sim Não Não sei responder

10. Se você respondeu "sim" à pergunta anterior, por favor conte-nos qual ou quais mulheres te inspiraram, e o motivo de sua admiração. _____

11. Percebo que as pessoas (em geral) reagem com uma certa estranheza quando conto que eu trabalho no mundo do vinho.

Sempre Frequentemente Às vezes Raramente
 Nunca Não prestei atenção à reação das pessoas nessa circunstância

12. Tenho orgulho de trabalhar no mundo do vinho.

Concordo totalmente Concordo parcialmente Não concordo, nem discordo
 Discordo parcialmente Discordo totalmente

13. Já percebi (ou presenciei) atitudes misóginas com relação ao meu trabalho no mundo do vinho.

Sim Não Não sei responder

14. Já ouvi comentários inconvenientes (preconceituosos, misóginos ou desconfortáveis) sobre o meu trabalho no mundo do vinho.

Sim Não Não sei responder

15. Considero que, profissionalmente falando, o mundo do vinho privilegia oportunidades para as pessoas do gênero masculino.

Concordo totalmente Concordo parcialmente Não concordo, nem discordo
 Discordo parcialmente Discordo totalmente

16. Já ouvi (ou presenciei) discriminação com o gênero feminino em processos seletivos para vagas de trabalho no mundo do vinho.

Sim Não Não sei responder

17. Acredito que, de forma geral, os profissionais do gênero masculino são mais valorizados no mercado de trabalho do vinho.

Concordo totalmente Concordo parcialmente Não concordo, nem discordo
 Discordo parcialmente Discordo totalmente

18. Acredito que contribuo de forma significativa para o crescimento da instituição relacionada ao mundo do vinho da qual faço parte.

Concordo totalmente Concordo parcialmente Não concordo, nem discordo
 Discordo parcialmente Discordo totalmente

19. Considero importantes pesquisas como esta, que abordam a presença feminina no mundo do vinho.

Concordo totalmente Concordo parcialmente Não concordo, nem discordo

Discordo parcialmente Discordo totalmente

20. Você gostaria de expressar alguma opinião sobre algum assunto relacionado ao tema da nossa pesquisa, ou sobre as perguntas aqui apresentadas? Se sim, por favor utilize o espaço abaixo: _____

A cozinha das *Mères*: um breve estudo sobre a importância das *chefs* femininas de Lyon

The Mères cuisine: a brief study on the importance of Lyon's female chefs

La cocina mères: un breve estudio sobre la importancia de las chefs de Lyon

Aline de Amorim Cordeiro Viana | pesquisaalineamorim@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4376-5516>

Universidade Salgado de Oliveira (UNIVERSO), São Gonçalo, RJ, Brasil.



Recebimento do artigo: 24-fevereiro-2021

Aceite: 11-outubro-2021

VIANA, A. A. C. A cozinha das *Mères*: um breve estudo sobre a importância das *chefs* femininas de Lyon. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 27-41, dez. 2021.

RESUMO

O termo 'Mères Lyonnaises', ou 'mães de Lyon', refere-se a uma longa linhagem de chefs do sexo feminino que começou em meados de 1700, e trouxeram os holofotes gastronômicos para Lyon, a incontestável capital gastronômica da França. Sua influência e impacto ajudaram a definir e moldar a culinária francesa clássica nos tempos modernos. O presente artigo tem como objetivo realizar um estudo sobre as *chefs* femininas de Lyon, analisando seus feitos, conquistas e representatividade na história da cozinha francesa. Para tal, foi realizada uma revisão bibliográfica através de livros e artigos, como também, matérias em blogs e sites, a maioria nas línguas francesa e inglesa, que versavam sobre o tema proposto, nos fazendo compreender o porquê elas são citadas como referências culinárias em vários textos do século XX e consideradas como um emblema do turismo de Lyon.

Palavras-chaves: Gastronomia; Mulheres; Lyon; História; *Chefs*.

ABSTRACT

The term 'Mères Lyonnaises', or 'mothers of Lyon', refers to a long line of female Chefs that began in the mid-1700s, and brought the gastronomic spotlight to Lyon, France's undisputed gastronomic capital. Its influence and impact helped define and shape classic French cuisine in modern times. This article aims to conduct a study on the Female Chefs of Lyon, analyzing his achievements, achievements and representativeness in the history of French cuisine. To this end, a literature review was carried out through books and articles, as well as articles on blogs and websites, mostly in French and English, that were about the proposed theme, making us understand why they are cited as culinary references in various texts of the twentieth century and regarded as an emblem of Lyon tourism.

Keywords: Gastronomy; Women; Lyon; Story; Chefs.

RESUMEN

El término 'Mères Lyonnaises', o 'madres de Lyon', se refiere a una larga línea de chefs femeninas que comenzó a mediados de 1700, y trajo el centro de atención gastronómica a Lyon, la capital gastronómica indiscutible de Francia. Su influencia e impacto han ayudado a definir y dar forma a la cocina francesa clásica en los tiempos modernos. Este artículo tiene como objetivo llevar a cabo un estudio sobre las chefs femeninas de Lyon, analizando sus logros, logros y representatividad en la historia de la cocina francesa. Con este fin, se llevó a cabo una revisión de la literatura a través de libros y artículos, así como artículos en blogs y sitios web, la mayoría en los idiomas francés e inglés, que estaban en el tema propuesto, haciéndonos entender por qué se citan como referencias culinarias en varios textos del siglo XX y considerado como un emblema del turismo de Lyon.

Palabras claves: Gastronomía; Mujeres; Lyon; Historia; Chefs.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Mães de Lyon (*Mères Lyonnaises*) - este termo genérico designa várias cozinheiras de origem modesta, que se estabeleceram por conta própria após terem servido às grandes famílias de Lyon. Oferecem uma cozinha popular e burguesa, simples e requintada, assente num conjunto de especialidades que se tornaram indissociáveis da fama gastronômica da cidade. O presente artigo tem como objetivo realizar um estudo sobre as *chefs* femininas de Lyon, analisando seus feitos, conquistas e representatividade na história da cozinha francesa.

O apagamento da participação das mulheres na história da gastronomia é incontestável, embora atualmente muitos pesquisadores já se debrucem sobre o tema, ainda existe a “invisibilidade” das mulheres em várias áreas do saber, como nos mostra Béatrice Didier (2008) em seu artigo intitulado *Le Dictionnaire des femmes créatrices*¹ ao dizer que: “Ao consultarmos os dicionários que se dedicam à literatura, como além da música, artes plásticas e pintura, estamos impressionadas pela escassez, senão pela inexistência de entradas dedicadas às mulheres².” Discursos como o do aclamado *chef* Auguste Escoffier (1846-1935) que fazia clara apologia ao domínio masculino na cozinha profissional, assim como a existência de obras gastronômicas da contemporaneidade, como exemplo a autobiografia do *chef* Estadunidense Anthony Bourdain (2001) intitulada *Cozinha Profissional*, repleta de falas misóginas e sexistas, levaram-me a questionar a não e/ou baixa participação das mulheres na gastronomia e o porquê da história das *Mères Lyonnaises* ser tão pouco conhecida, visto que essas mulheres foram as responsáveis por estabelecer as bases das cozinhas locais dos séculos XVIII até início do XX (BOUCHEIX, 2016).

Metodologicamente, foi realizada uma revisão bibliográfica através de livros e artigos, como também, matérias em blogs e sites, a maioria nas línguas francesa e inglesa mediante a dificuldade em encontrar materiais na língua portuguesa, que versavam sobre o tema proposto, sendo possível fazer uma releitura histórica, embora breve, caso contrário não caberia neste escopo, da história dessas *chefs*, nos fazendo compreender o porquê elas são citadas como referências culinárias em vários textos do século XX e consideradas como um emblema do turismo de Lyon. Além dessas Considerações Iniciais, o artigo encontra-se subdividido em Lyon: capital da gastronomia, contando um pouco da história dessa cidade tão importante para a construção da cultura gastronômica na França, suas particularidades e tradições; “As mães de Lyon: um modelo gastronômico”, encontrar-se-á a trajetória histórica dessas mulheres que trouxeram originalidade, regionalidade e um toque feminino à gastronomia de Lyon, contendo dois subtópicos com uma breve biografia de duas *Mères* que ao decorrer da pesquisa julguei como as que mais se destacaram: *Mère Fillioux* e *Mère Brazier*; concluindo o artigo com as Considerações Finais.

Para Poulain e Neirinck (2004), Gastronomia é a estética da maneira de comer, envolvendo todos os aspectos, desde a produção do alimento até os hábitos nas refeições. A

¹Disponível em: <<https://www.desfemmes.fr/dictionnaire-des-creatrices/>> Acesso em 18 Fev 2021.

²Do original: À consulter les dictionnaires qui sont consacrés à la littérature, comme d'ailleurs à la musique, aux arts plastiques et à la peinture, on est frappé par la rareté, sinon l'inexistence d'entrées consacrées à des femmes. Tradução livre. Disponível em: DIDIER.. Béatrice, *Le Dictionnaire des femmes créatrices*, dans IRVINE. Margot (dir.), Les réseaux des femmes de lettres au XIX Siècle. 2008. pages, 55-67.

França é tida como o berço da gastronomia, como explica Ferguson (2004) que primariamente só existia cultura gastronômica no país. A palavra gastronomia³ remonta a 1801, como definição de um tipo de cozinha criativa (POULAIN; NEIRINCK, 2004). Já no século XIX, a expressão *maitre queux* – os cozinheiros das grandes casas aristocráticas – foi sendo modificada para *chef e chef de cuisine* (DORIA, 2012, p. 254).

Drouard (2007) explica que após a Revolução Francesa houve a difusão e expansão da alta gastronomia em cafés e restaurantes, florescendo novas instituições, em Paris, na primeira metade do século XIX. Diante deste contexto social, segundo Bueno (2016) a gastronomia passou a ser definida de acordo com uma configuração que tinha como os principais agentes os *chefs* de cozinha e os críticos, e as publicações como instâncias de propagação e consagração.

A feminização da preparação da comida, historicamente, teve início no século XVIII, porém segundo Viana (2020) os registros sobre as mulheres nas cozinhas profissionais, daquele período, ainda são reduzidos. Com base na experiência de alguns pesquisadores, sabemos que há diferenças quando se trata de mulheres ou homens no espaço das cozinhas, Mennell (1996) explica que por trás dessa diferenciação, existem os níveis mais profundos da cultura onde as mulheres estão associadas à cozinha doméstica diária, e em sociedades onde emergem cozinhas diferenciadas, o papel do *chef* é masculino. O termo '*Mères Lyonnaises*', ou 'mães de Lyon', refere-se a uma longa linhagem de *chefs* do sexo feminino que começou em meados de 1700, trazendo os holofotes gastronômicos para Lyon, a incontestável capital gastronômica da França. Sua influência e impacto ajudaram a definir e moldar a culinária francesa clássica nos tempos modernos. Embora a maioria das pessoas tendam a pensar nas cozinhas profissionais como um domínio masculino repleto de algumas mulheres simbólicas, este estudo irá mostrar que na realidade é que muitos cozinheiros começaram nas cozinhas dessas mulheres, principalmente lendas da atualidade, como os *chefs* Paul Bocuse e Georges Blanc.

LYON: CAPITAL GASTRONÔMICA DA FRANÇA

A cozinha *Lyonnaise* refere-se às tradições e práticas culinárias históricas centradas na área ao redor da cidade francesa de Lyon (KINDERSLEY, 2011, p. 49). Como resultado da localização geográfica de Lyon, Chistman (2004) explica que muitas influências culinárias diferentes convergiam na culinária da cidade, em particular as do Sul – Provença e Mediterrâneo, e as do Norte – Alsácia e Lorena. Conforme Lach (1994) cada cozinha possui suas próprias características: as do Norte, utiliza-se bastante da manteiga e das natas e as do Sul, vegetais frescos e azeites. Lyon, no século XV, também serviu como um dos principais centros de distribuição para as especiarias importadas do Oriente, pelos comerciantes italianos (LACH, 1994, p. 124).

Segundo Bromwich (2013) a história da cozinha de Lyon começa na antiga Lugdunum, capital da província romana da Gália Lugdunense, considerado um importante comércio de vinhos, com óleos e salmoura importados da África e do sul da Espanha. Fishwick (2002) conta

³A palavra gastronomia deriva de dois vocábulos gregos, *Gaster*, "estômago" e *Nomos*, "regulamento ou orientação". Disponível em: <<https://www.gramatica.net.br/origem-das-palavras/etimologia-de-gastronomia/>> Acesso em 18 fev. 2021.

que o comércio de vinho já era bem documentado antes da chegada dos colonos romanos à região; tal comércio ocorria na planície aluvial de Vaise durante o século II a.C., onde os vinhos italianos da costa do Tirreno também estiveram presentes, e apenas nos séculos III e IV os vinhos mais exóticos, como os da Tunísia, chegaram à região. Um famoso cozinheiro da antiga Lugdunum, conhecido como Septimanus, foi imortalizado na obra clássica *A Relíquia* (1887) do escritor português Eça de Queiroz, ao ser descrito como dono de uma pousada, local onde hoje é a rue Sainte-Hélène, que garantia risonha acolhida, vinho forte da Campânia e “todas comodidades à maneira de Roma”; “ele obviamente sabia como dar ao porco o gosto de aves de caça ou penas”⁴ (BENOIT, 2004, p. 84).

A cozinha de Lyon, também foi citada em outras obras clássicas, Mennell (1996) explica que na época do Renascimento, havia uma distinção entre os tipos de cozinha: uma cozinha burguesa e uma outra das classes mais baixas. Esta última, no século XVI, fora imortalizada pelo autor François Rabelais no pentateuco *A vida de Gargantua e Pantagruel*⁵ com publicações de 1532 até 1564; a obra evoca a cozinha *Lyonnaise* citando uma vasta lista de pratos que vão desde “linguiças, javalis assados, cordeiros recheados, a queijos aromatizados com folhas de pêssegos, *macarons*” entre outros.⁶ De acordo com Maynard (2009) a cidade de Lyon especializou-se no preparo de alguns alimentos, que podem ser encontrados até no nome de algumas ruas, como a *Rue de la Fromagerie*⁷, por exemplo. Ainda segundo o autor, a tradição culinária italiana chega no início do século XVII quando, em 1600, é celebrado em Lyon o casamento do rei Henrique IV com a italiana Maria de Médicis: a nova rainha da França trouxe “entre outros, a alcachofra que os *Lyonnais* combinaram com *foie gras*”.

Conforme Benoit (2004) foi no século XVIII que o sorvete foi introduzido em Lyon pelo italiano Spreafico quando a reputação culinária de Lyon nasce verdadeiramente com a publicação de um poema de Joseph de Berchoux, a obra *Gastronomia ou o homem do campo à mesa*⁸ (1801/1803), traduzida em várias línguas, introduz a ideia do “bem-comer” à francesa e torna universal o termo gastronomia; Ele precede Brillat-Savarin com sua *Fisiologia do gosto* (1825), que perpetuou esse elogio da arte de comer bem, essa arte específica do individualismo burguês, e característica da sociedade francesa no século XIX. Berchoux havia acabado de colocar a cidade de Lyon no centro da gastronomia francesa. Em 1783 fora publicado o livro de Amable Leroy, *La Cuisinière bourgeoise*, a obra inventa e imortaliza as receitas que farão o sucesso da culinária *lyonnaise*⁹. Segundo Spang (2003), nos últimos anos do século XVIII, surgiram os primeiros restaurantes, no sentido moderno do termo. O *Déduit*, localizado no alto da *rue Romarin*, conhecido por sua cabeça de bezerro, chamada “à la Déduit” ainda encontra-se em funcionamento (BENOIT, 2004, p. 191).

⁴ Tradução livre. Do original: *il savait manifestement donner au cochon le goût du gibier à poils ou à plumes.*

⁵ Título original: *La vie de Gargantua et de Pantagruel.*

⁶ Citação de François Rabelais, em Félix Benoit, *Lyon Secret*, 1993, op. Cit., p. 189.

⁷ Explicação do autor: “*Rue de la Fromagerie*: o nome desta rua vem da existência neste lugar, antigamente, do mercado de queijo.” Disponível em: MAYNARD, Louis. *Rues de Lyon, avec indications de ce qu'on peut y remarquer en les parcourant*, Éditions des Traboules, 2009.

⁸ Título original: *Gastronomie ou l'homme des champs à table.*

⁹ Retirado do artigo *Collectif, Lyon, capitale mondiale de la gastronomie?* dans Rapport du groupe de travail du Grand Lyon, janvier 2007, p. 13. Disponível em: <https://www.grandlyon.com/pratique/recherche/requete/Collectif%2C+Lyon%2C+capitale+mondiale+de+la+gastronomie+%3F%2C+dans+Rap/page/2.html?no_cache=1> Acesso em 18 Fev 2021.

Neste mesmo período, segundo Gamson (1995) também apareceram as mães de Lyon. Elas destituíram os grandes *chefs* e *charcutiers* da região, e em 1759 *Mère* Brigousse tornou famosa pela sua forma de preparar *brochet*. As mães de Lyon ganharam fama na época. Arbellot (1965) descreve que o crítico gastronômico e escritor Maurice Edmond Sailland, mais conhecido pelo seu pseudônimo Curnonsky, costumava passar o inverno em Lyon, declarando em 1934 que “Lyon era a capital da gastronomia”, tal afirmação rapidamente se espalhou tornando-se um dos componentes utilizados à imagem da cidade até os dias atuais; Curnonsky ainda afirmou que a culinária de Lyon reflete os valores da sociedade local, incluindo sua simplicidade, declaração que casa com a fala do famoso *chef* lyonnais Paul Bocuse ao declarar que: “É essa honestidade, esse gosto da medida, que gosto de encontrar em um prato Lyonnaise honesto e saudável.”¹⁰

Os *bouchons* como explica Benoit (2004) são típicos restaurantes de Lyon onde é possível comer as especialidades da região incluindo o *tablier de sapeu*, as *quenelles*, a *salade lyonnaise* e a *cervelle de canut*, esse tipo de estabelecimento era comum entre as *mères*, sendo nomeados com seus sobrenomes. Desde 1997, a Associação para a Defesa dos *Bouchons* Lyonnais atribuiu um rótulo denominado “*Authentiques Bouchons Lyonnais*” a fim de identificar os estabelecimentos considerados entre os mais típicos e os mais antigos. Após vários anos de operação, a associação teve que enfrentar críticas. Em 2012, o CCI (Câmara do Comércio) de Lyon lançou sua própria marca “*Les Bouchons Lyonnais*”. Entre os restaurantes que detêm esta nova marca, há alguns que já faziam parte dos “*Authentiques Bouchons Lyonnais*”.¹¹ Uma outra organização importante de Lyon é a *Les Toques Blanches*, fundada em 1936 por sete renomados *chefs* da região com o objetivo de unir cozinheiros e confeitores no intuito de preservar a história e as tradições culinárias da cidade, incluindo o *mâchon*¹², as *Mères Lyonnaises*, os *bouchons*, como também visar a promoção da gastronomia de Lyon e de seus produtos regionais, tendo completado oitenta anos de sua criação no ano de 2016, com mais de 116 membros.¹³ Diante desta breve exposição sobre a cozinha de Lyon, fica fácil perceber porque a cidade é considerada a “capital da gastronomia”.

“AS MÃES DE LYON: UM MODELO GASTRONÔMICO”

A gastronomia, para muitos, é um universo, quase que exclusivamente, masculino. Entretanto, a cozinha é muitas vezes feita por mulheres, como afirma Vitaux (2009) as quais

¹⁰ Tradução livre. Do original: “*C’est cette honnêteté, ce goût de la mesure, que j’aime retrouver dans un plat lyonnaise honnête et sain*” Retirado do artigo Collectif, Lyon, capitale mondiale de la gastronomie?, dans Rapport du groupe de travail du Grand Lyon, janvier 2007, p. 14-16. Disponível em: <https://www.grandlyon.com/pratique/recherche/requete/Collectif%2C+Lyon%2C+capitale+mondiale+de+la+gastronomie+%3F%2C+dans+Rap/page/2.html?no_cache=1> Acesso em 18 Feb 2021.

¹¹ Disponível em: <<http://cuisine-des-gones.com/>> Acesso em 18 Feb de 2021.

¹² O *mâchon* é uma tradição gastronômica de Lyon, servido nas primeiras horas da manhã por restaurantes tradicionais Lyonnais. Geralmente é feito com carne de porco ou tripas, e acompanhado por uma taça de vinho Beaujolais ou Mâconnais. A palavra *mâchon* é derivada do verbo mastigar. BERTINIER, J. François Mailhes et Alain Postel, *Francs-Mâchons – Les apôtres de la cuisine matinale : Histoires et recettes*, Les deux collines, 2011.

¹³ Disponível em: <<https://lejournaldeleco.fr/les-toques-blanches-lyonnaises-80-ans-de-gastronomie/>> Acesso em 18 Feb de 2021.

foram consideradas as cozinheiras no passado, e hoje em dia, donas de casa, ou mais raramente, *chefs*, demonstrando como as mães de Lyon, deram forma a uma definição gastronômica original, feminina e regional, são de fato uma exceção notável para a história da gastronomia, especialmente naquela época.

Em 1894, final do século XIX, fora publicado o livro *La vie à la table à la fin du XIX^e siècle: théorie, pratique et historique de gastronomie moderne*¹⁴ do autor Chatillon-Plessis, que declarou: “Os bons cozinheiros não são raros no nosso tempo, embora muitas vezes possamos lamentar as razões de economia que, em algumas casas, fizeram com que substituíssem os líderes”¹⁵. Diante dessa citação, e sem querer usar de anacronismo, a misoginia era regra nas brigadas de cozinha e entre os *chefs* que se destacavam, dessa forma, as *Mères lyonnaises* fizeram história, apresentando pratos saborosos, tradicionais e repletos de saberes. Segundo Boucheix (2016) *Mère* (a palavra francesa para mãe) é um título honorário concedido às talentosas cozinheiras profissionais, muitas das quais não tiveram nenhum treinamento formal, na França durante os séculos XVIII, XIX e XX. Entre 1759 e final do século XX, várias mulheres foram chamadas de *Mère*.

O trabalho delas transformou Lyon no centro gastronômico da França e do mundo, e a mais famosa delas, *Mère Brazier*, é considerada “a mãe da cozinha francesa moderna” Sabe-se que os séculos XVIII-XIX foram períodos de grandes transformações, em meio a tantas mudanças e após a primeira grande guerra. Laurentin (2010) explica que na região industrial de Lyon, onde trabalhavam homens e mulheres de origens modestas, muitas destas eram cozinheiras nas casas das famílias burguesas, e devido à crise econômica instalada no pós-guerra perderam seus empregos, tomando como alternativa para estabelecerem-se por conta própria, abrir seus restaurantes.

Porém, de acordo com Boucheix (2018) em meados do século XVIII, a primeira “mãe” a ser dona de um estabelecimento, *Mère Guy*, abriu seu restaurante em 1759 na região de *La Mulatière*, permanecendo em funcionamento por 236 anos, e encerrando suas atividades em 1995, tornando-se o mais antigo em Lyon e conhecida como “*La Mère des Mères*”. Em meados do século XIX, *Mère Brigousse*, abriu a partir da década de 1830, sua pousada no distrito de Charpennes; logo mais, em Beaujolais na década de 1880, *La Mélie*, também conhecida como *L'Amélie*, também inaugurou seu estabelecimento; já no final do século XIX *La Mère Fillioux* conhecida como “a *l'impératrice des Mères Lyonnaises*” (a imperatriz das mães de Lyon), transformou na década de 1890 a loja de seus sogros, um armazém de vinhos, em um famoso bistrô; outras *Mères* também tiveram seus nomes reconhecidos, embora outras definitivamente desapareceram da memória coletiva por sua modéstia. A crise de 1929 ressuscitou essa tradição bicentenária pela última vez continuando a tradição até o final do século XX, quando em 1921 *La Mère Brazier*, a primeira mulher a ganhar dois pares com três estrelas do Guia Michelin, abriu seu primeiro restaurante situado na Rua Royale 12, com apenas 15 lugares (BOUCHEIX, 2018, p.10-12).

Moccozet (2020) em sua entrevista com Catherine Simon, uma das idealizadoras do documentário sobre as *mères*: “*Un siècle de pionnières, à la table des mères lyonnaises*”

¹⁴ Tradução livre: A vida na mesa no final do século XIX: teoria, prática e história da gastronomia moderna.

¹⁵ Do original: “*Les bonnes cuisinières ne sont pas rares, à notre époque, bien qu'on puisse souvent regretter les raisons d'économie qui, dans certaines maisons, les ont fait substituer à des chefs.*”

questionou sobre a invisibilidade na trajetória dessas mulheres; Catherine por sua vez, explicou que essas mulheres, ao contrário de muitos *chefs*, eram discretas, com exceção da mãe Brazier, e não tinham senso de comunicação; e em segundo lugar, porque não houve o devido reconhecimento pela mídia da época, dos acadêmicos e romancistas que também não se interessavam por suas vidas, assim as mães permaneceram invisíveis¹⁶. Apesar desse apagamento, Champion (2012) destaca que algumas mães ficaram verdadeiramente famosas, com destaque para o século XX a qual ela denominou de “época de ouro das mães”, que mesmo com a crise do pós-guerra e muitas dessas ex-cozinheiras das famílias burguesas se encontrassem desempregadas, os guias gastronômicos e de viagens de turismo automobilístico estavam em desenvolvimento, colocando rapidamente a gastronomia de Lyon em destaque, tornando-a emblemática.

Melogue (2019) explica que os restaurantes regionais eram bastante simples, com equipamentos de cozinha bastante primitivos, em comparação com os da atualidade, antes do desenvolvimento dos guias de viagens, dando início em 1900 ao Guia Michelin criado para incentivar a venda de pneus e carros; com o passar dos anos, o guia encontrava-se repleto de informações úteis para os motoristas, incluindo listas de hotéis e restaurantes, inclusive os estabelecimentos das *mères*, evoluindo rapidamente e tornando-se o principal referencial em gastronomia da França. A partir desse período, seus restaurantes ou *bouchons* começaram a sofrer transformações significativas, em relação a clientela e aos pratos oferecidos, como descreve Champion (2012) que até então, eram frequentados por uma clientela popular e operária, principalmente, ganhando fama e recebendo cada vez mais patrões e industriais que vinham buscar uma cozinha familiar e de boa qualidade, incluindo além das tradicionais *quenelles* e do *gratin de macaroni*, um cardápio mais “enobrecido”.

As primeiras mães ficaram conhecidas por servirem pratos com uma conotação fortemente popular e regional, como o *matelote d'aiguille* - especialidade da *mère Guy* – ou os *tétons de Vénus* – *quenelles* em formato de seios – especialidade da *mère Brigousse*, agora elas haviam desenvolvido novos pratos, passando a receber reconhecimento dos críticos gastronômicos da época, como exemplo da *mère Blanc* e seu *poulet de Bresse aux morilles*, rendendo-lhe uma estrela no Guia Michelin em 1929 e uma segunda em 1933, sendo declarada a “melhor cozinheira do mundo” pelo crítico Curnonsky (CHAMPION, 2012).

Del Carmen e Amorim (2020) declararam que as mães de Lyon foram mulheres muito à frente de seu tempo, moldando a gastronomia Lyonnaise através de propostas inovadoras que enaltecera a região como uma das cozinhas mais famosas a nível internacional, passando seus estabelecimentos e conhecimentos, de geração em geração como também formando *chefs* mundialmente renomados, como Paul Bocuse, Roger Vergé e Alain Chapel.

¹⁶ Disponível em: <<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/emissions/qui-sommes-nous/documentaire-siecle-pionniers-table-meres-lyonnaises-lundi-27-janvier-22h50-france-3-1778219.html>> Acesso em: 19 Fev 2021.

MÈRE FILLOUX, A IMPERATRIZ DAS MÃES DE LYON: UMA BREVE BIOGRAFIA

Foi na época dos *bouchons*, os famosos bistrôs de Lyon, que a *mère* Filloux, nascida Françoise Foujolle, comandou seu estabelecimento de 1890 a 1925 fazendo história com sua especialidade o *poularde demi-deuil* – “frango ao meio luto” que apresentava lascas de trufa preta inseridas sob a pele – considerado um clássico da culinária francesa (FEUILLY, 2013).

No final do século XIX, um modesto comércio de vinhos transformou-se em um pequeno restaurante onde, como descreve Boucheix (2017) uma mulher forte passava, por entre as mesas, com seu vestido, o qual foi apelidado pelos seus clientes de “o varredor”. Seu restaurante, sito à *Rue Duquesne, 73*, serviu por trinta anos o mesmo cardápio: *Potage velouté aux truffes* (sopa “aveludada” com trufas), *Quenelles au gratin au beurre d’écrevisse* (quenelles gratinadas ao molho de lagostim), *Culs d’artichauts au foie gras* (alcachofra com foi gras), *Poularde demi-deuil* (frango ao meio-luto), *Fromages* (queijos), *Desserts* (sobremesa), adquirindo, rapidamente, notoriedade internacional (BOUCHEIX, 2017, p. 8-10).

A *mère* Filloux conquistou mais do que uma reputação nacional, pois segundo Blanc (2001) ela foi “a” precursora da reputação de todas as *Mères Lyonnaises* e contratava apenas mulheres para trabalhar em sua cozinha, a *mère* Brazier que foi sua aprendiz e ganhou notoriedade durante os “anos gloriosos” de fama gastronômica em Lyon, como aponta Boucheix (2017):

Durante o século XX, três mitos da gastronomia Lyonnaise transmitiram sua arte culinária à capital mundial da gastronomia. *Mère* Filloux, teve *Mère* Brazier como sua aprendiz, e esta por sua vez, transmitiu seus conhecimentos ao Paul Bocuse. Um século de transmissão de sabores nesta boa cidade, Lyon (BOUCHEIX, 2017, p. 19).

Boucheix (2017) ainda complementa que no dia 02 de dezembro de 1965, uma placa comemorativa em memória da *mère* Filloux foi instalada no local de seu antigo restaurante, que havia sido demolido desde o pós-guerra, evidenciando que sua cozinha, repleta de sabor e regionalidade, tornou-se uma referência em termos gastronômicos, sem deixar dúvidas que a *mère* Filloux continua sendo a “imperatriz da cozinha *Lyonnaise*”.

MÈRE BRASIER, A MÃE DA COZINHA FRANCESA MODERNA: UMA BREVE BIOGRAFIA

Nascida em 12 de junho de 1895, em La Tranclière, uma vila ao sul da França, Eugénie Brazier, carinhosamente apelidada de *mère* Brazier, é um grande nome da culinária francesa (DOUET, 2018).

Segundo Baker (2014) no auge de sua fama, os restaurantes da *mère* Brazier, que celebravam a culinária de Lyon, atraíram presidentes, primeiros-ministros e celebridades francesas, incluindo a estrela de cinema Marlene Dietrich, que adorava sua *Langouste Belle Aurore* (lagosta com conhaque e creme). David (1984) descreveu a culinária de Brazier como “calma, elegante e aparentemente fácil, Madame Brazier era invisível, embora ela estivesse na cozinha...”.

Conforme Brazier (2016) em seu livro de receitas publicado postumamente, *La Mere Brazier: The Mother of Modern French Cooking*, ela se lembra de uma sopa que sua mãe lhe trouxe enquanto cuidava de porcos no pasto – um caldo de alho-poró e vegetais cozidos em leite e água, enriquecido com ovos, e derramou sobre pão velho para substância – dizendo que ela “nunca tinha comido melhor”; aos 20 anos, ela teve um filho, Gaston, fora do casamento. Relembrando que seu nascimento foi “algo que era definitivamente desaprovado naquela época”. Mudou-se para Lyon em busca de trabalho, encontrando emprego para cuidar de outra família. “Fiz tudo”, escreveu ela, “inclusive cozinhar. Eu tinha muitas bocas para alimentar”. Segundo Bernstein (1998), depois de alguns anos, Eugénie deixou seu emprego e começou a trabalhar para a famosa *chef Mère Fillioux*, que empregava apenas mulheres. As pessoas treinadas em seu restaurante tinham a reputação de serem boas cozinheiras e Brazier não foi exceção; no entanto, como diz a lenda, à medida que a aluna, neste caso Brazier, “crescia em estatura e talento, os confrontos com sua professora eram terrivelmente líricos, levando a uma separação de caminhos”.

Boucheix (2018) relata que sete anos depois de chegar a Lyon, aos vinte e seis anos, ela comprou uma pequena mercearia na *rue Royale*, que se tornou *La Mère Brazier*, servindo no dia da inauguração, no almoço e jantar, apenas dois pratos, *écrevisses à la mayonnaise* (lagostim com maionese) e *pigeon aux petits pois* (pombo com ervilhas); a decoração era simples, elegante e as garçonetes eram todas mulheres, e à medida que sua reputação crescia, o restaurante precisava de mais espaço, onde chegou a acrescentar um andar. Buford (2010) relata que o *La Mère Brazier* rapidamente se tornou um dos melhores destinos culinários e um segundo restaurante, em 1928, sete anos após a sua abertura, inaugurou um bangalô em *Col de la Luère*, a oeste de Lyon. No início era rústico, sem água encanada nem luz elétrica e o cardápio era igual ao de seu restaurante em Lyon. Em 1933, o Guia Michelin premiou Brazier com três estrelas cada um dos seus dois restaurantes, tornando-a a primeira *chef* da história a receber tantas estrelas ao mesmo tempo, demorando mais de meio século para que outro *chef* atingisse o mesmo status, apenas quando Alain Ducasse ganhou seis estrelas em 1998 (RIVRON, 2020). O *chef* Paul Bocuse, conhecido como o “Papa da gastronomia mundial”, foi contratado aos vinte anos de idade para ser balconista do restaurante em *Col de la Luère* da *mère* Brazier. Alexandre e L’Aulnoit (2010) reproduzem em seu livro uma fala de Bocuse que descreve essa experiência como uma “escola de vida, onde a mãe nunca havia dado um dia de folga.”¹⁷

A *mère* Brazier era conhecida por seu temperamento forte, sua generosidade, humor e trabalho árduo. Rivron (2020) discorre que em 1968 ela se aposentou, porém dez anos antes de seu falecimento, em 1977, seu filho Gaston havia assumido o *La Mère Brazier*, passando alguns anos depois para sua filha, Jacotte, que vendeu o restaurante em 2004 vindo a falência pouco tempo depois, sendo comprado, em 2008, pelo *chef* Mathieu Viannay, que optou por manter várias receitas emblemáticas, reexaminando determinados processos com toques delicados e sutis, em sintonia com as iguarias da alta cozinha contemporânea. Sua neta, Jacotte, por sua vez, criou uma associação em 2007, *Les Amis d’Eugénie Brazier*, para patrocinar jovens das camadas mais pobres, que sonham em se tornar grandes profissionais da gastronomia, além

¹⁷ O relato pode ser encontrado no livro *Des fourchettes dans les étoiles*, e um trecho está disponível em: <https://www.academiedugout.fr/articles/que-reste-t-il-de-la-mere-brazier_3213> Acesso em 20 Fev 2021.

disto, criou o prêmio literário junto com a autora e cozinheira Sonia Ezgulian, para premiar livros de receitas e outras obras *gourmet* (RIVRON, 2020).

Analisar a biografia histórica dessas “mães”, em especial a da *mère* Brazier, apesar dos recortes feitos devido ao limite exigido para esse artigo, apresentando apenas os acontecimentos mais marcantes, é dar margem para o surgimento de questionamentos como: Por que sabemos tanto a respeito dos *chefs* renomados e tão pouco ou quase nada, sobre a história dessas mulheres tão imprescindíveis para a história da gastronomia francesa? Dois anos antes de morrer em 1977, Brazier começou a trabalhar em um livro de receitas, permanecendo inacabado por décadas até que sua família o concluisse, publicando-o sob o título *Les secrets de la Mère Brazier* em 2009, a versão em inglês – *La Mere Brazier: The Mother of Modern French Cooking* – foi publicada em 2014 e também traz parte de sua história, receitas, fotos e homenagens, um registro do passado ilustre da família Brazier, na tentativa de resgatar a memória de Eugénie, ou parte de sua história que começou a desaparecer após sua morte. Na contramão, em 1998, uma manchete no *New York Times* proclamou que era Alain Ducasse quem alcançou a conquista do “A First for Michelin Guide: One Chef Wins Six Stars”¹⁸, embora o jornal tenha emitido uma retratação cinco dias depois, reportagens como essa contribuem para histórias como a dessas *chefs*, caírem no esquecimento.

Apesar de a história dessas mulheres ter sido imprescindível, a narrativa histórica da cozinha francesa moderna ainda pertence, em grande parte, a Bocuse, graças ao seu lendário restaurante *Lyon L'Auberge du Pont de Collonges*. Na obra *Great Chefs of France*, crônica seminal da gastronomia francesa dos anos 1983, a *mère* Brazier é mencionada apenas de passagem, criando uma versão de sua formação, no perfil de Bocuse, que apaga Brazier de seu passado profissional; também não fora mencionada nos livros de história mais recentes, como em *Food: The History of Taste*, de 2007, todos os colegas de Brazier são mencionados – Alexandre Dumain, Fernand Point e André Pic – mas ela não. As mães de Lyon fizeram história, especialmente naquela França, extremamente machista, o que parece ainda não termos evoluído muito, dando ênfase, para a mãe Brazier, que pôde proporcionar as cozinheiras que a precederam, através do seu exemplo, a possibilidade de alcançá-la no mesmo nível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gastronomia geralmente se refere a *chefs*, cozinheiros, *gourmets* e críticos literários, um mundo que na maioria das vezes é quase exclusivamente masculino. No entanto, há uma exceção notável: as ‘mães’ de Lyon, que deram forma a uma definição gastronômica original, feminina e regional onde a máxima “por trás de todo grande homem há uma grande mulher” não poderia caber melhor.

A cozinha *Lyonnaise* é tradicionalmente regional, recebendo desde 1935, pelo gastrônomo Curnonsky, o título de “Capital mundial da gastronomia” defendendo desde então,

¹⁸ Disponível em: <[Revista Mangút: Conexões Gastronômicas. ISSN 2763-9029 – Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 27-41, dez-2021.](https://www.nytimes.com/1998/03/04/dining/a-first-for-michelin-guide-one-chef-wins-six-stars.html#:~:text=Monday%2C%20when%20Michelin%20announced%20the,to%20earn%20six%20Michelin%20stars.> Acesso em: 19 Fev 2021.</p></div><div data-bbox=)

a imagem de simplicidade e qualidade, fazendo jus ao seu título; Lyon possui uma das maiores concentrações de restaurantes por habitante da França: os típicos *bouchons* ficam ao lado dos restaurantes *gourmet* administrados por *chefs* de destaque, incluindo o renomado Paul Bocuse que faleceu no início de 2018. Por sua vez, como foi apresentado, a culinária de Lyon deve muito às mulheres conhecidas como *Mères Lyonnaises*, originalmente cozinheiras das famílias burguesas influentes, estabelecendo seus próprios negócios no início do século XX, proporcionando a todos, a oportunidade de descobrir cozinhas simples e sutis, mas não menos saborosas, com destaque para a *Mère Brazier*, que recebia jantares *gourmet* desde 1921, tornando-se a primeira *chef* a alcançar o feito de receber seis estrelas do Guia Michelin. O grande Paul Bocuse, por exemplo, foi aprendiz da *Mère Brazier*. Roger Vergé e Alain Chapel também beberam da mesma fonte. Outros, como Georges Blanc, são descendentes diretos dessas pioneiras e visionárias mulheres e mantêm com muito orgulho a tradição de suas antepassadas.

A título de conclusão e diante do exposto, indubitavelmente, destacou-se a importância em não permitir que trajetórias, como a dessas mulheres, venham a cair no esquecimento. Mas o terreno que pertence a ela só pode desaparecer se permitirmos e felizmente, existem *chefs* e pesquisadores/as dispostos/as a não permitirem que isso ocorra. A história não é tão pequena, exclusiva e auto congratulatória, revelando que pesquisar sobre essas histórias, e abraçar as *mères* e suas conquistas, consiste em corrigir o curso de uma jornada que encontra-se à deriva, devido às disparidades das relações de gênero, cultuadas no âmbito das cozinhas profissionais, permitindo que o trabalho do homem na cozinha, seja mais reconhecido (DEMOZZI, 2011 *apud* VIANA, 2020, p.53). É retornar para a verdade, advertindo sobre o que temos a perder e de como é vital buscarmos por mulheres que precisam ser reconhecidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARBELLOT, S. **Curnonsky: Prince des Gastronomes**, Paris: Les Productions de Paris, 1965. Biografia.

BENOIT, F. **Lyon Secret**. Edt. des Traboules, 2004.

BLAKE, A. **Great Chefs of France**. Smithmark Pub, (English) 1983.

BLANC, G. **Simple French cooking: recipes from our mothers' kitchens**. Jobard, Coco. London: Cassell & Co, 2001.

BOUCHEIX, B. **Les Mères Auvergnates, La Mère Gagnevin, La Mère Mesure, La Mère Quinton**, France: Éditions Créer, 2016.

_____. **La Mère Fillioux-Lyonnaise**. France: Éditions Créer, 2017.

_____. **Les vénérables Mères Lyonnaises: Guy, Brigousse, La Mélie, Fillioux, Bourgeois, Bizolon**. France: Éditions Créer, 2018.

BRAZIER, E. **La Mère Brazier: The Mother of Modern French Cooking**. Tradução: Smith, Drew. Hardcover, New York: Rizzoli USA, 2016.

BROMWICH, J. **The Roman Remains of Northern and Eastern France: A Guidebook**. Edição comentada. Editora Routledge, 2013.

BUENO, M. L. Da Gastronomia Francesa à Gastronomia Global: hibridismos e identidades inventadas. **Cafajeste. CRH**, Salvador, v. 29, n. 78, pág. 443-462, dezembro de 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792016000300443&lng=en&nrm=iso Acesso em 15 Fev 2021.

BUFORD, B. The food writer on Les Secrets de la Mère Brazier. **The Guardian, Bill Buford: my favourite cookbook**. Disponível em: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/aug/15/bill-buford-favourite-cookbook> Acesso em 20 Fev 2021.

CASATI-BROCHIER, F. **La «gastronomie» de Berchoux et la région lyonnaise ou la salle à manger refugeio**, éditions Bellier, 1994.

CHAMPION C. Mais qui sont ces fameuses « Mères Lyonnaises » ? In: **Exploratrice de Saveurs: les carnets**, 2012. Disponível em: <https://exploratricedesaveurs.com/2012/01/22/mais-qui-sont-ces-fameuses-meres-lyonnaises/> Acesso em 19 Fev 2021.

CHRISTMAN, B. **Lyon – a city for all seasons**, Feb. 18, 2004. Disponível em: <https://bonjourparis.com/archives/lyon-a-city-for-all-seasons/> Acesso em 15 Fev 2021.

DAVID, E. **Omelette and a Glass Of Wine**. London: Penguin. 1984.

DEL CARMEM, G.; AMORIM, A. Mères de Lyon. In: **Blog Mulheres na Gastronomia**, Set. 17, 2020. Disponível em: <https://www.mulheresnagastronomia.com.br/meres-de-lyon/> Acesso em 19 Fev. 2021.

DIDIER.. Béatrice, Le Dictionnaire des femmes créatrices, dans IRVINE. Margot (dir.), **Les réseaux des femmes de lettres au XIX Siècle**. 2008. pages, 55-67.

DORIA, C. A. Flexionando o gênero: a subsunção do feminino no discurso moderno sobre o trabalho culinário. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 39, p. 251-271, Dec. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332012000200009&lng=en&nrm=iso Acesso em 15 Fev. 2021.

DOUET, E. Eugénie Brazier : la première femme aux trois étoiles au guide Michelin. In: **RTL**, 2018. Disponível em: <https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/eugenie-brazier-la-premiere-femme-aux-trois-etoiles-au-guide-michelin-7793714106> Acesso em 20 Fev 2021.

DROUARD, A. **Histoire des cuisiniers en France: XIX-XX siècle**. Paris: CNRS éditions, 2007.

FEEDMAN, P. **Food: The History of Taste**. Edt. University of California Press, 2007.

FERGUSON, P. P. **Accounting for taste: the triumph of french cuisine**. Chicago: **The University of Chicago Press**, 2004.

FEUILLY, R. Lyon jadis: La Mère Filloux. In: **Le blog de Tout n'est que litres et ratures par Roger Feuilley**, Fév., 2013. Disponível em: <<http://www.toutnestquelitresetratures.com/article-lyon-jadis-la-merefilloux11571395html>> Acesso em 20 Fev 2021.

FISHWICK, D. **The Imperial Cult in the Latin West: Studies in the Ruler Cult of the Western Provinces of the Roman Empire**, vol 3, 2002.

GAMICHON, L. **Quand Lyon s'amusait**. Editions Bellier, 1995.

KINDERLEY, D. **Ultimate Food Journeys: The World's Best Dishes and Where to Eat Them**, Ed. Penguin, 2011.

LACH, D. F. **Asia in the Making of Europe, Volume I: The Century of Discovery, Book 1**. Chicago: **University of Chicago Press**, 1994.

LAURENTIN, E. La mère Brazier, la mère Filloux, la mère Léa, la mère Blanc: les mères à l'origine de la gastronomie lyonnaise. In: **La Fabrique de l'Histoire 2/4**. Disponível em: <<https://archive.is/kaJi#selection-475.0-477.1>> Acesso em 19 Fev 2021.

MAYNARD, L. **Rues de Lyon, avec indications de ce qu'on peut y remarquer en les parcourant**, Éditions des Traboules, 2009.

MELOGUE, F. **Mères Lyonnaises: The Real Superstar Chefs of France**. In: Medium, Feb., 28, 2019. Disponível em: <<https://pistoandpastis.medium.com/m%C3%A8res-lyonnaises-6a2f7b15e80d>> Acesso 19 Fev 2021.

MENNEL, S. **All manners of food: eating and taste in England and France from the Middle Ages to the Present**, 2nd ed. 1996.

MOCCOZET, S. **REPLAY – Documentaire: Un siècle de pionnières, à la table des mères lyonnaises**. Mis à jour le 11/07/2020. Disponível em: <<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/emissions/qui-sommes-nous/documentaire-siecle-pionnieres-table-meres-lyonnaises-lundi-27-janvier-22h50-france-3-1778219.html>> Acesso em 19 Fev 2021.

POULAIN, J. P.; NEIRINCK, E. **Histoire de la cuisine et des cuisiniers: techniques culinaires et pratiques de table, en France, du Moyen-Âge à nos jours**. Paris: Delagrave éditions, 2004.

RIVRON, F. Que reste-t-il de la mère Brazier? Sur academia dugout.fr, 15 juin 2020. Disponível em: <https://www.academiedugout.fr/articles/que-reste-t-il-de-la-mere-brazier_3213> Acesso em 20 Fev 2021.

SPANG, R. L. **A invenção do restaurante: Paris e a moderna cultura gastronômica**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

VIANA, A. A. C.. Donas ou chefs de casa? Desigualdades na divisão sexual do trabalho. In: **Gastronomia, Cultura e Memória**, 2020, Rio de Janeiro. Encontro de Gastronomia, Cultura e Memória. Rio de Janeiro, 2020. v. IV. p. 346-349.

_____. A Figura Poderosa do Chef-celebridade: Refletindo sobre Machismo nas Cozinhas Profissionais. In: **Congresso Scientiarum Historia 13**, 2020, Rio de Janeiro: Anais do

Congresso Scientiarum Historia XII. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia-HCTE, 2020. v. 13. p. 44-51.

VITAUX, J. Les mères lyonnaises: un modèle de gastronomie. In: **La chronique «Histoire et gastronomie»**, 2009. Disponível em: <https://www.canalacademie.com/ida4127-Les-meres-lyonnaises-un-modele-de-gastronomie.html?page=article&id_article=4127&var_recherche=lyonn> Acesso em 19 Fev 2021.

O lugar do jornalismo na constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil

The place of journalism in the constitution of gastronomy discourse and field in Brazil

El lugar del periodismo en la constitución del discurso y del campo de la gastronomía en Brasil

Renata Maria do Amaral | reamaral@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5019-0063>

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil.



Recebimento do artigo: 24-fevereiro-2021

Aceite: 28-maio-2021

AMARAL, R. M. O lugar do jornalismo na constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 42-55, dez. 2021.

RESUMO

O objetivo deste artigo é identificar de que forma o jornalismo acompanha e influencia a constituição do discurso e do campo da gastronomia no Brasil. Analisamos como a culinária cede espaço para a gastronomia nas páginas do Jornal do Brasil (1960-1997), por meio da coluna *À mesa, como convém* (1975-1997), e da Folha de S.Paulo (1960-1992), por meio da primeira versão do caderno Comida (1988-1992), em um momento que denominamos de virada gastronômica. Comparamos a fase da virada com o período anterior para compreender as mudanças que ela traz. Lançamos mão dos conceitos de discurso de Michel Foucault e de campo de Pierre Bourdieu. A entrada do tema na ordem discursiva coexiste com as disputas pela consolidação do campo, tanto no jornalismo, em que o tema precisa brigar por espaço (literalmente) nas páginas com outros assuntos, quanto na gastronomia, em que novos atores passam a lutar pela importância da valorização da profissão.

Palavras-chaves: Gastronomia; Jornalismo gastronômico; Culinária.

ABSTRACT

The aim of this paper is to identify how journalism follows and influences the constitution of gastronomy discourse and field in Brazil. We analyze how cooking makes room to gastronomy in the pages of Jornal do Brasil (1960-1997), in *À mesa, como convém* column (1975-1997), and Folha de S.Paulo (1960-1992), in the first version of its Food section (1988-1992), at a period we call gastronomic turn. We compare the phase of the turn with the previous period to understand the changes it brings. We use Michel Foucault's discourse concept and Pierre Bourdieu's field concept. The entry of the theme in the discursive order coexists with the disputes for the consolidation of the field, both in journalism, where the theme needs to fight for space (literally) in the pages with other subjects, as in gastronomy, in which new actors start to fight for the importance of valorizing the profession.

Keywords: Gastronomy; Gastronomic Journalism; Culinary.

RESUMEN

El propósito de este artículo es identificar cómo el periodismo acompaña e influye en la constitución del discurso y del campo de la gastronomía en Brasil. Analizamos cómo la cocina da paso a la gastronomía en las páginas de Jornal do Brasil (1960-1997), en la columna *À mesa, como convém* (1975-1997), y Folha de S.Paulo (1960-1992), en la primera versión del cuaderno Comida (1988-1992), en un momento que llamamos viraje gastronómico. Comparamos la fase de transformación con el período anterior para comprender los cambios que trae. Utilizamos los conceptos de discurso de Michel Foucault y de campo de Pierre Bourdieu. La entrada del tema en el orden discursivo convive con las disputas por la consolidación del campo, tanto en el periodismo, en que el tema necesita pelear por espacio (literalmente) en las páginas con otros sujetos, como en la gastronomía, en que nuevos actores comienzan a luchar por la importancia de valorar la profesión.

Palabras claves: Gastronomía; Periodismo gastronómico; Cocina.

INTRODUÇÃO

A gastronomia é um assunto tão trivial na contemporaneidade que é possível que alguém mais desavisado chegue a pensar que o tema sempre esteve ali. Para um adolescente, assistir a um programa de televisão como o *reality show Masterchef* é tão natural quanto sacar o celular para conversar com os amigos pelas redes sociais. No entanto, a forma como se fala sobre comida hoje é apenas um pouco mais antiga do que a relação das pessoas com os aparelhos eletrônicos portáteis. Este artigo busca explorar de que forma se constituem o discurso e o campo da gastronomia no Brasil, lançando mão da pesquisa histórica baseada em fontes jornalísticas.

Em pesquisa anterior (AMARAL, 2013), analisamos de que forma o jornalismo gastronômico se inseria no contexto do jornalismo cultural brasileiro no início da década de 2000. Naquele momento, dois fenômenos aconteciam ao mesmo tempo: o início das faculdades de gastronomia no país e a explosão do assunto nas páginas dos jornais impressos. Não é o caso de adentrar demasiado no estudo aqui, mas podemos resumir que defendemos que a gastronomia começa a ser vista como parte incontornável da cultura, assim como a música, o cinema, a literatura e outras linguagens artísticas. Afinal, alimentar-se não equivale a simplesmente consumir um mero combustível, pois na mesa cumprem-se importantes funções sociais e concretizam-se relações de identidade cultural e pertencimento. O ato de comer vai além do alimento em si e, no campo jornalístico, a gastronomia se localizava nas páginas dos cadernos culturais justamente por causa dessa compreensão¹.

No entanto, depois de estudar o fenômeno contemporâneo, surgiu a necessidade de voltar ao passado para entender como tudo isso havia começado. A pesquisa seguinte (AMARAL, 2015), em que este artigo se baseia, buscou responder como se deu a transição do discurso da culinária para o discurso da gastronomia no campo do jornalismo brasileiro. Denominamos esse momento de “virada gastronômica”: um período entre as décadas de 1970 e 1990 em que, nas páginas dos jornais de maior circulação do país, a culinária passa, paulatinamente, a ceder espaço para a gastronomia. Mas o que exatamente queremos dizer quando contrapomos esses dois termos? É necessário deixar bastante claro o que é culinária e o que é gastronomia, com tudo que os dois conceitos implicam e passando longe do senso comum que governa o uso dessas palavras no cotidiano. Dória (2009) explica a diferença entre as expressões:

A culinária diz respeito aos procedimentos (dos rituais aos técnicos e tecnológicos) que visam adequar a natureza à alimentação humana. Ela é a matéria básica da gastronomia, que é o conjunto de saberes sobre a construção do prazer ao comer. A primeira é uma disciplina prática, com seus métodos, técnicas e gestual; a segunda está organizada no plano do discurso, como ocupação do espírito. (DÓRIA, 2009, p. 16-17, grifo nosso)

Enquanto a primeira se destina às preparações dos pratos, a segunda vai além disso e tem como foco o comer e as sensações a ele relacionadas. Poulain (2004) também nos ajuda a precisar o conceito: “A gastronomia é uma estetização da cozinha e das maneiras à mesa, uma virada hedonista dos fins biológicos da alimentação, esta atividade muito amplamente cercada por regras sociais e ao exercício da qual somos condenados várias vezes por dia” (POULAIN,

¹ O fenômeno cultural da gastronomia é observado no contexto do crescimento da classe média no país, quando mais pessoas passam a se alimentar fora de casa e a pensar mais sobre o que comem, buscando informações sobre o assunto para orientar suas escolhas. Para compreender como o jornalismo gastronômico se insere na cultura de consumo contemporânea brasileira, ver: AMARAL, 2014.

2004, p. 223). Tanto a questão da estética quanto a questão do prazer são frisadas pelo sociólogo na hora de destacar o que, afinal, é gastronomia. Seu papel como discurso, por sua vez, um dos pontos que nos interessa neste artigo, é frisado por Parkhurst-Ferguson: “Como qualquer discurso crítico, esse saber-dizer que é a gastronomia determina um saber-fazer, estabelece regras de boas maneiras, identifica, codifica e descreve para tornar a ação em questão acessível ao grande público” (PARKHURST-FERGUSON, 2012, p. 617, tradução nossa²). Em relação ao acesso, é importante ressaltar que, ao contrário do que se pode pensar, gastronomia não tem necessariamente a ver com luxo, como explica Dória:

Ver a cozinha dessa maneira dificulta perceber que ela corresponde, sempre e necessariamente, à convergência de ideias, valores sobre a nutrição, desenvolvimento científico, desenvolvimento técnico, gosto de uma época, eleição de matérias-primas, enfim, a tudo o que faz da fruição dos seus produtos uma experiência repetida várias vezes ao dia por pessoas tão distintas entre si. (DÓRIA, 2009, p. 20-21)

Em outra obra, escrita conjuntamente com o chef paulistano Alex Atala, o autor destaca a característica pública da gastronomia, em oposição ao aspecto privado da culinária. Enquanto a primeira está fortemente ligada ao restaurante, a segunda costuma se ater ao espaço doméstico: “A gastronomia só surge no mundo moderno em decorrência da urbanização e da generalização do hábito de comer em locais públicos (restaurantes) sobre os quais os frequentadores e os críticos podiam se manifestar” (ATALA; DÓRIA, 2009, p. 174-175). É interessante como essa mudança também se faz clara na análise dos jornais à época da virada gastronômica, como veremos adiante.

Como o restaurante é nosso personagem principal, vale a pena nos determos um pouco sobre seu surgimento na França. Se antes “restaurante” se referia a um caldo restaurativo e concentrado considerado o elixir da boa saúde, às vésperas da Revolução Francesa o termo passa a denominar um local público para alimentação mediante pagamento. A historiadora Spang (2003) nos conta essa história no livro “A invenção do restaurante: Paris e a moderna cultura gastronômica”:

Mais do que testemunhar a invenção do restaurante, o final da década de 1790 assistiu à morte da definição anterior e mais particular do termo: liberado de suas amarras dentro da cultura da sensibilidade “medicalizada”, “restaurant” tornou-se a palavra da moda, usada em Paris para todos os estabelecimentos que serviam refeições. (SPANG, 2003, p. 210)

Para Mennell (1985), a Revolução Francesa é um marco na culinária por vários motivos: permitiu o surgimento dos restaurantes, o que acelerou o desenvolvimento de uma cozinha mais elaborada; aumentou a distância entre cozinheiros profissionais (homens) e cozinheiras domésticas (mulheres); e proporcionou a emergência do gastrônomo – “não um cozinheiro, mas um especialista na arte de comer e um líder da opinião pública em questões de gosto” (MENNELL, 1985, p. 134, tradução nossa³). O autor, como Spang (2003), também não encampa a versão de que cozinheiros da aristocracia, sem emprego, abriram restaurantes após a revolução. Na verdade, os locais para comer abertos ao público, que viriam a ser chamados de restaurantes, começaram a abrir suas portas duas décadas antes da revolução, que apenas acelerou o processo.

² Tradução nossa do seguinte trecho: “À l’instar de tout discours critique, ce savoir-dire qu’est la gastronomie détermine une savoir-faire, règle des moeurs, les identifie, les codifie, et par l’écrit rend l’entreprise en question accessible au grand public”.

³ Tradução nossa do seguinte trecho: “not himself a cook, but an expert in the art of eating and a leader of public opinion in matters of taste”.

Levando tudo isso em conta, podemos destrinchar a abrangência do binômio culinária e gastronomia para outros termos mais específicos, de acordo com a análise sobre o jornalismo gastronômico. No momento da culinária, os conteúdos ligados à comida são publicados nas páginas voltadas ao público feminino, ora em suplementos específicos para a mulher, ora em editorias culturais que contam com seções destinadas às leitoras. O gênero textual predominante são as receitas, pois o enfoque recai sobre a prática (importante frisar que o fato de estar publicada em um jornal não faz da receita um gênero jornalístico como uma reportagem ou uma notícia). Interessa saber fazer um prato para agradar quem vai comer e aprender as técnicas necessárias para isso. O espaço privado da casa é priorizado, pois é ali que acontece a maior parte das refeições. A protagonista desse local é a cozinheira (no feminino, pois quase sempre são mulheres) e a abordagem dos pratos é cotidiana, trivial, com vistas ao preparo de refeições, seja para o dia a dia, seja para momentos especiais.

No momento da gastronomia, os conteúdos ligados à comida migram para as páginas de cultura e lazer. Em vez de receitas, aparecem gêneros jornalísticos comuns nas editorias citadas, como crítica e reportagem. O foco, agora, recai sobre o discurso, sobre a apreciação e o gosto, e não mais sobre a prática. O espaço se torna público: restaurantes, bares e cafés são temas frequentes. A cozinha de casa já não parece tão relevante. Quem protagoniza a ação no novo espaço são os chefs de cozinha (no masculino, pois quase sempre são homens). Em suma, a abordagem passa a ser cultural, com atenção aos aspectos históricos dos ingredientes, por exemplo. Para melhor compreensão e organização dos dois momentos aqui relatados, propomos abaixo um quadro comparativo das características do conteúdo relacionado à culinária e à gastronomia antes e depois da virada gastronômica (Quadro 1):

Quadro 1. Mudanças da virada gastronômica

	Antes da virada	Depois da virada
Campo	Culinária	Gastronomia
Editoria	Feminina	Cultura e/ou lazer
Gênero	Receita	Crítica e/ou reportagem
Enfoque	Na prática	No discurso
Espaço	Privado (casa)	Público (restaurante)
Protagonista	Cozinheira (no feminino)	Chef (no masculino)
Abordagem	Cotidiana	Cultural

Fonte: Elaborado pela autora

O foco da nossa pesquisa está na virada gastronômica, entre meados das décadas de 1970 e 1990. A virada, claro, não se dá de um dia para o outro. É, como o próprio nome diz, uma passagem, ou seja, coexistem elementos residuais da fase anterior com a preparação do terreno para a fase posterior. É preciso ter em mente que se trata de um momento de transição, que vai abrir caminho para a consolidação do jornalismo gastronômico na contemporaneidade. O quadro busca ser didático, mas não significa que as fases são estanques. Antes de adentrar na observação de como esses aspectos se revelam na materialidade do *corpus* de pesquisa, é interessante destacar os caminhos teóricos e metodológicos usados.

ASPECTOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS

Em nosso percurso teórico, o filósofo Michel Foucault assume espaço importante na análise de como se dão as transformações da culinária até a gastronomia. Consideramos a metodologia sugerida em *A arqueologia do saber*, publicado em 1969 (e consultado em edição de 2008), um caminho frutífero para abordar de que forma a ideia de gastronomia foi sendo construída com o auxílio da mídia. Para tanto, é necessário explorar melhor de que se trata o conceito de arqueologia proposto por Foucault. Seu método arqueológico busca escavar como surge um discurso em determinada época. A análise se centra no acontecimento discursivo: quando um enunciado é produzido, por que apareceu exatamente ele e nenhum outro em seu lugar?

Para Araújo (2008), a arqueologia não procura a origem primeira, mas toma os objetos do saber discursivamente, como “um acontecimento a ser descrito e analisado como tendo surgido por tais e tais circunstâncias. Daí a busca das transformações, das descontinuidades, das rupturas” (ARAÚJO, 2008, p. 60). Assim, não é nosso objetivo apontar o momento exato do surgimento da gastronomia na imprensa brasileira. Longe disso. Nossa intenção é utilizar o caderno *Comida, da Folha de S.Paulo*, e a coluna “À mesa, como convém”, do *Jornal do Brasil*, como explicaremos na metodologia, como marcos importantes de um fenômeno mais amplo, que tanto alimenta a prática social quanto é alimentado por ela. Não é possível precisar uma data de nascimento para a ideia de gastronomia no jornalismo brasileiro, mas é possível usar esses marcos como pontos de partida para uma investigação da gastronomia como saber partindo da observação da mídia.

Veiga-Neto (2007) esclarece que a arqueologia busca realizar uma escavação nas camadas do discurso a fim de compreender o surgimento e a transformação dos saberes. Ela busca não interpretar, mas sim explicar como um texto vem a ser o que ele é. O conhecimento, por sua vez, é um produto desses discursos, é algo construído e não natural ou dado, como quase sempre se imagina. Os discursos formam os objetos de que falamos e não o contrário. “As práticas discursivas moldam nossa maneira de constituir o mundo, de compreendê-lo e de falar sobre ele. E, ainda que uma prática discursiva dependa da nossa vontade, essa não é suficiente para gerá-la e fazê-la funcionar” (VEIGA-NETO, 2007, p. 93). No caso da nossa pesquisa, defendemos que falar sobre gastronomia hoje é bem diferente de falar sobre culinária antes da virada gastronômica.

Além disso, os discursos não estão concentrados em algumas mãos, mas espalhados socialmente: “Os discursos não estão ancorados ultimamente em nenhum lugar, mas se distribuem difusamente pelo tecido social, de modo a marcar o pensamento de cada época, em cada lugar, e, a partir daí, construir subjetividades” (VEIGA-NETO, 2007, p. 100). Para Foucault (2008), discurso é um “conjunto de enunciados que se apoia em um mesmo sistema de formação; é assim que poderei falar do discurso clínico, do discurso econômico, do discurso da história natural, do discurso psiquiátrico” (FOUCAULT, 2008, p. 122). A interpretação de Araújo (2008) joga mais luz sobre o que é o discurso para Foucault ao falar sobre a regularidade dos acontecimentos discursivos e a posição de sujeito na ordem discursiva:

Para entender o discurso é preciso a) atentar para sua raridade, sua preciosidade, o modo como se repartem as condições externas que permitem seu surgimento; b) ter presente que a história se faz a partir de pequenos registros ou acontecimentos discursivos regulares e dispostos em séries que se transformam, e não exclusivamente de causas ou efeitos massivos. Trata-se sempre de acontecimentos enunciativos, nos quais alguém pode ou tem capacidade de ocupar a posição de sujeito, entrando na ordem discursiva. (ARAÚJO, 2008, p. 72)

Além da noção foucaultiana de discurso, o conceito bourdieusiano de campo também é essencial para nossa análise. Bourdieu define campo como uma rede ou configuração de relações objetivas entre posições. Ou seja, o campo é sempre relacional: "Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças" (BOURDIEU, 1999, p. 57). Também é preciso destacar a relação do campo com o capital, ou seja, as formas de poder que se destacam na sociedade: "Os campos são arenas de luta em que os indivíduos e as organizações competem, inconscientemente e conscientemente, para valorizar as formas de capital que eles possuem" (BENSON; NEVEU, 2005, p. 4, tradução nossa⁴). O capital econômico, por exemplo, se relaciona ao dinheiro propriamente dito e o capital cultural engloba conhecimento, educação, habilidade técnica e sensibilidade artística. No entanto, um fenômeno frequente é a conversão de capital. Geralmente, quem tem mais sucesso em um campo é quem consegue realizar essa conversão, que pode ser, por exemplo, de capital social (como as redes de relações ou *networks* comuns no mercado de trabalho) em capital simbólico (aquele que legitima a dominação). A entrada de novos agentes no campo pode ir no caminho da conservação ou da transformação, quando alguém entra buscando se diferenciar dos demais e estabelecer um novo modelo.

Apesar de não trazer uma só linha sobre a gastronomia, o livro "Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro", de Gadini (2009), promove uma análise interessante do campo do jornalismo cultural e da sua relação íntima com os outros subcampos do campo da produção cultural. O autor exemplifica como se dão essas influências:

O reconhecimento dessa formatação cotidiana da cultura pelo que entra ou não nas páginas dos cadernos culturais, contudo, não equivale a dizer que o que não é editado estaria fora do campo cultural. Antes, o que se pretende é ressaltar que esse processo de agendamento periodístico vai, a seu modo, forjando comportamentos de consumo, adesão ou leitura, de modo que se pode dizer que efetivamente a produção dos cadernos também se legitima como um mecanismo que participa da instituição cotidiana do campo cultural na contemporaneidade. (GADINI, 2009, p. 84)

É importante ressaltar que "o campo, como espaço simbólico e material onde se processa a ação, não é objeto inerte para o sujeito, mas condição e base onde as táticas e estratégias são projetadas e, reciprocamente, reforçam a sua existência e legitimidade" (GADINI, 2009, p. 102). Ou seja, os agentes concretizam suas ações de acordo com a base oferecida pelo campo. É nela também que ocorrem as disputas pela legitimidade. Essa discussão é frutífera para pensar a entrada no campo de temáticas anteriormente consideradas de pouca importância, como é o caso da gastronomia. Por que não se falava sobre o assunto e agora se fala tanto – e, principalmente, como acontecem as mudanças na forma como se fala? A imprensa tem seu papel nessa legitimação.

Depois do percurso teórico, vamos voltar nossa atenção aos aspectos metodológicos da pesquisa. Como abarcar todos os veículos brasileiros para confrontá-los é uma missão impossível, nosso foco está em duas publicações de influência nacional na época da virada gastronômica: o carioca *Jornal do Brasil* e a paulista *Folha de S. Paulo*, cuja primeira versão⁵ do caderno *Comida* circulou entre 1988 e 1992. A presença do *Jornal do Brasil*, por sua vez, se

⁴ Tradução nossa do seguinte trecho: "*Fields are arenas of struggle in which individuals and organizations compete, unconsciously and consciously, to valorize those forms of capital which they possess*".

⁵ O suplemento *Comida* é relançado quase 20 anos depois, em 2011. Para uma comparação entre as duas versões do caderno, em momentos tão distintos, ver: AMARAL, 2014.

justifica por ele abrigar a obra de Apicius. Sob esse pseudônimo, o jornalista Roberto Marinho de Azevedo Neto escreveu durante 22 anos uma seção sobre comida intitulada “À mesa, como convém”, entre 1975 e 1997, numa época em que a alimentação estava longe de ser uma temática em voga como é hoje. Partimos da hipótese de que Apicius é uma peça-chave na passagem da culinária como prática para a gastronomia como discurso nos jornais brasileiros. Ainda hoje ele é visto como referência no campo do jornalismo gastronômico. Ao lançar mão de um dos gêneros mais valorizados no jornalismo, a crônica, e misturá-la com a crítica, Apicius contribuiu para a mudança de *status* do tema na mídia.

Roberto Marinho de Azevedo se escondeu sob o pseudônimo para manter o anonimato e poder avaliar os restaurantes cariocas de forma isenta, sem ser reconhecido nem aceitar convites. Apicius desenvolveu um estilo peculiar, no qual às vezes o estabelecimento criticado merecia menos atenção do que outros aspectos pitorescos que observava ou que lhe vinham à mente. Por causa dessas divagações, seu texto ficava no limiar dos gêneros crítica e crônica. Pode-se mesmo dizer que ele fundou um gênero híbrido único na imprensa nacional. O autor ajudou a colocar a gastronomia na pauta do jornalismo, indo além da convencional seção de receitas – ou, parafraseando o título de sua coluna, indo da cozinha à mesa, como convém.

A virada gastronômica é, como já foi dito, um momento de transição, que vai abrir caminho para a consolidação do subcampo do jornalismo gastronômico na contemporaneidade. Não podemos falar da virada, no entanto, sem antes explicar o que existia antes dela. Para isso, precisamos voltar no tempo e observar a produção anterior, tomando como base a década de 1960, nos mesmos jornais que compõem nosso objeto de estudo: Folha de S.Paulo e Jornal do Brasil. O material anterior à virada gastronômica não é o foco da nossa pesquisa, mas sim a maneira encontrada para indicar, por meio de comparação, as principais características do período estudado. Por isso, a coleta de dados não foi tão exaustiva nem completa quanto aquela realizada no *corpus* propriamente dito, mas foi suficiente para cumprir seu propósito. O ano de 1960 foi definido como ano inicial da coleta anterior ao *corpus* da virada. Essa opção se deu por ser o ano do nascimento do jornal Folha de S.Paulo⁶. A data, então, foi usada também para o Jornal do Brasil, cuja história começa em 1891. A abrangência temporal, porém, foi distinta, uma vez que Apicius começa a escrever no Jornal do Brasil em 1975 e a Folha de S.Paulo lança o caderno Comida em 1988. Assim, a leitura cobriu os anos de 1960 até 1975 no primeiro jornal e de 1960 até 1988 no segundo. A cada mês de cada um desses anos, uma semana inteira de edições foi vasculhada em busca de conteúdos sobre comida, sem distinção de caderno. Essa varredura permitiu identificar recorrências, padrões e mudanças na abordagem do tema ao longo dos anos.

O *corpus* da virada gastronômica propriamente dita na Folha de S.Paulo totaliza 617 páginas distribuídas em 177 edições, publicadas entre 23 de setembro de 1988 e 14 de fevereiro de 1992. Também coletamos as capas dos jornais que traziam chamadas para o caderno de gastronomia. No Jornal do Brasil, foram coletados 977 textos do colunista Apicius, publicados entre 25 de outubro de 1975 e 25 de maio de 1997, por meio da Hemeroteca Digital Brasileira, portal lançado em julho de 2012 pela Fundação Biblioteca Nacional, com mais de 2 mil periódicos brasileiros digitalizados na íntegra.

⁶ A Folha de S.Paulo inaugura sua trajetória em 1 de janeiro de 1960. Não se trata exatamente de um jornal novo, mas sim da junção de três diários da mesma empresa: Folha da Manhã, Folha da Tarde e Folha da Noite.

DA CULINÁRIA À GASTRONOMIA: A VIRADA GASTRONÔMICA

Para fins deste artigo, faremos um breve apanhado do conteúdo publicado antes da virada gastronômica e no momento da virada gastronômica. Optamos por analisar o conteúdo sobre comida publicado na Folha de S.Paulo desde seu início. O jornal nasce contendo um suplemento chamado Mulher e Lar. Logo em seguida, em 13 de novembro de 1960, o nome vira Folha Feminina – Suplemento para a Mulher e o Lar. Apenas Folha Feminina é como a editoria passa a ser conhecida a partir de 25 de agosto de 1963, quando se modifica do formato *standard* para tabloide e lança aquele que é considerado seu número 1. Nos cadernos voltados para o público feminino à época, receitas eram indispensáveis. A nova Folha Feminina modifica a coluna de culinária, que passa a ser assinada por Helena Sangirardi. Na estreia da página, ela publica o seguinte texto de apresentação, que aliás dá a entender que ela dispensa apresentações:

Meu Deus, será que ainda preciso de cartão de visitas em São Paulo, para começar qualquer coisa? Brasileira, paulista de Ribeirão Preto, casada, vacinada, mãe de dois brotos, fazendo rádio, imprensa e televisão. Autora do livro "Alegria de cozinhar", do qual já foram vendidos 170 mil exemplares. Com alguns outros em preparo: "Um homem na cozinha", "Um broto na cozinha", "Suplemento d'Alegria de Cozinhar" e "Bolos de festa". Encantada com esse contato que vou ter com velhas amigas através da Folha Feminina, gostaria que vocês dessem as suas ordens. Vou trazer gente de São Paulo e do Rio para minha página, de outros estados e de outras plagas também. Gente para falar de culinária, esse assunto do qual não me canso nunca. E aproveito para lembrar você de que o peixe morre pela boca e o homem é... Agarrado pelo estômago!

Agarre seu homem pelo estômago é justamente o nome do título da nova seção. Há três tipos de informação na página, no formato de pequenas subseções: "Faça de vez em quando", para as receitas mais dispendiosas; "Faça sempre", para as receitas mais econômicas; "Não faça nunca", para as dicas de etiqueta. Podem ser percebidas as características da culinária e não da gastronomia, conforme as distinções que explicamos anteriormente e a abordagem que apresentamos no Quadro 1.

No Jornal do Brasil, na mesma década de 1960, o conteúdo culinário era publicado na Revista de Domingo. O suplemento trazia na capa a seguinte indicação: "12 páginas exclusivamente para a mulher". Às vezes, chegava a 16 páginas. Apesar de não trazer a palavra mulher no nome, era a elas que o caderno se destinava. A culinária aparecia junto de assuntos como moda, filhos e comportamento. Em 18 de setembro daquele ano, um anúncio avisa que se trata do mais completo caderno feminino da imprensa brasileira e lista os assuntos abordados: "1. Receitas. 2. Decoração. 3. Exercícios para torná-la mais bela e saudável. 4. Aulas de corte e costura. 5. Nove modelos originais de Gil Brandão. 6. Um molde completo, em tamanho natural. 7. Bordados. 8. Reportagens de interesse feminino. 9. Uma página de medicina com úteis ensinamentos para você. 10. Passatempos".

A seção Arte culinária é assinada por Cyra Néry, que mantém, pelo que podemos perceber por suas palavras, uma relação próxima com as leitoras, a quem trata como amigas. A forma de contato eram as cartas enviadas para o jornal, comentando receitas, fazendo pedidos ou tirando dúvidas. Em 3 de janeiro de 1960, Cyra deseja feliz ano novo e promete receitas para o Dia de Reis. Porém, termina publicando a maneira de preparar sonhos, tanto fritos quanto foneados, para atender ao pedido de uma leitora. "Pedindo à leitora Teresa muitas desculpas pelo atraso em atendê-la devido ao fato de sua cartinha ter-me chegado às mãos depois do envio das seções de dezembro, aqui me apresso para reproduzir a receita pedida, agradecendo,

também, a atenção e o interesse". Mais do que debater algum assunto ou chamar atenção para um ingrediente específico, o espaço busca apresentar receitas.

Quando Comida é lançado, em 1988, a cidade de São Paulo se estabelece como referência em gastronomia no Brasil, abrigando os restaurantes mais importantes do país e ocupando o lugar que anteriormente havia sido do Rio de Janeiro, como veremos adiante ao falar sobre Apicius. A Folha de S.Paulo se tornou o maior jornal do país em circulação em 1986, dois anos antes do lançamento do caderno Comida. O suplemento, em sua primeira fase, tem início em 23 de setembro de 1988 e vai até 14 de fevereiro de 1992, às sextas-feiras, em quatro páginas independentes encartadas no caderno cultural Ilustrada. A reportagem de capa da primeira edição é uma seleção dos melhores restaurantes paulistanos de acordo com os leitores da própria Folha de S.Paulo, entrevistados em uma pesquisa de opinião do Instituto de Pesquisas Datafolha.

Em suas quatro páginas, Comida apresenta uma estrutura relativamente estável a cada semana: quase sempre, na primeira página, localiza-se a reportagem principal; na segunda, notícias sobre bebidas e guia de restaurantes; na terceira, informações históricas sobre ingredientes, notas e anúncios; na quarta, crítica e notícia com receitas. Ainda na terceira página, a seção de notas curtas Bronca traz deslizes das casas, em pequenos comentários anônimos ou assinados pelas iniciais do nome do autor.

Na lista dos três temas mais frequentes, a diferença é gritante: "restaurante" encabeça a página 448 vezes, enquanto "ingrediente" predomina em 50 páginas e "vinho", em 11. Tanto em críticas e reportagens quanto no roteiro do guia, restaurantes são o destaque de 83% das páginas de Comida. Tal disparidade não acontece por acaso. Afinal, qual a principal marca da passagem da culinária no espaço privado à gastronomia no espaço público? O restaurante figura como o personagem essencial da virada gastronômica, estimulado pela cultura de consumo. Nesse contexto, o jornal assume o papel de esclarecer ao público interessado os meandros das novidades que a gastronomia proporciona.

No caderno Comida, detectamos a presença de seis gêneros jornalísticos. Entre os informativos, estão a reportagem (às vezes trazendo em anexo um boxe mais analítico e interpretativo, sempre assinado), a notícia e a nota. Grosso modo, vamos chamar de reportagem os textos que se referem a fenômenos mais amplos e de notícia os textos que se referem ao que for mais factual. Entre os opinativos, a crítica e o guia, em forma de verbetes. Aliás, podemos considerar que o guia é uma espécie de nota meio informativa e meio opinativa, pois, apesar de seu texto ser breve e primordialmente descritivo, a nota numérica ou em forma de estrela concedida pelo crítico lhe impõe certo juízo de valor. Aparece também, por fim, um gênero não jornalístico, a receita, porém sempre ligada a algum gênero jornalístico no texto do qual faz parte, ao contrário do que acontecia antes da virada gastronômica. Raramente, há também pequenas entrevistas pingue-pongue como complemento de notícias ou reportagens.

Treze anos antes do início do caderno Comida, em 1975, Apicius se torna crítico de gastronomia do Jornal do Brasil, onde escreve até 1997 e vira um dos marcos do início do jornalismo gastronômico brasileiro. Levada ao extremo pelo uso do pseudônimo, a questão do anonimato chama a atenção na figura de Apicius. Atualmente, uma parcela significativa dos jornalistas de gastronomia não trabalha dessa forma e faz a crítica de estabelecimentos para os quais vai como convidado. Desnecessário comentar o quanto essa prática é prejudicial ao trabalho jornalístico, pois a equipe do restaurante faz de tudo para a experiência ser perfeita. O leitor, no entanto, não terá acesso ao mesmo tratamento quando resolver visitar aquela casa.

Além disso, outro ponto deve ser considerado: o crítico anônimo também usufrui maior liberdade não somente na hora de degustar, mas também na hora de escrever. Os textos publicados na imprensa influenciam o público a ir ou não ir a um estabelecimento – e poder emitir opinião sem sofrer pressões de ninguém é o ideal.

Para falar sobre crítica e crônica, é possível recorrer à obra de Melo (2003), que se ateu ao estudo dos gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Para ele, a categoria opinativa procura influenciar o leitor e atua como formadora de opinião. Para fins desta seção, vamos nos ater aos gêneros crítica (ou resenha) e crônica, pois eram justamente os dois utilizados, de maneira híbrida, por Apicius. A crítica é a apreciação de produtos culturais e obras artísticas com o objetivo de orientar os consumidores e leitores. Há quem defenda o uso do termo crítica exclusivamente para a área acadêmica, referindo-se a algo mais embasado e profundo, e da expressão resenha para a área jornalística, mais breve e superficial. A primeira se destinaria a entendidos e a segunda, ao consumo popular. Na prática, o termo crítica é usado para as duas funções no Brasil, o que nos leva a optar por ele em nossa exposição. É importante lembrar que, apesar do significado do termo no senso comum, crítica não quer dizer necessariamente algo negativo. A crítica tem um lado forte de jornalismo de serviço, pois o leitor pode usá-la para ajudá-lo a tomar decisões práticas sobre, por exemplo, a que restaurante ir. Ao lado das questões estéticas, há questões mercadológicas envolvidas:

Seu âmbito de ação contempla os produtos tradicionais, como a literatura e o livro, a música e as artes plásticas, o teatro e a dança, mas atribui ênfase aos novos produtos da indústria cultural que constituem fonte segura de receita publicitária: a televisão, o cinema, a música, e até mesmo o esporte, a gastronomia e a publicidade. (MELO, 2003, p. 138)

A crônica, por sua vez, é um gênero tipicamente brasileiro que mescla jornalismo e literatura. Trata o real de forma poética, usando os fatos como pretexto, como mote. Nomes como Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Fernando Sabino e Paulo Mendes Campos, nos anos 1930, reinventam a crônica já talhada por Machado de Assis e José de Alencar:

Se a crônica de costume se valia do real (fatos ou ideias do momento) simplesmente como “deixa” ou como inspiração para um relato poético ou para uma descrição literária, a crônica moderna assume a palpitação e a agilidade de um jornalismo em mutação. Ele figura no corpo do jornal não como objeto estranho, mas como matéria inteiramente ligada ao espírito da edição noticiosa. (MELO, 2003, p. 155)

Suas características são fidelidade ao cotidiano e crítica social, mas sempre com ares de despreocupação e casualidade. É comum se verificar um tom de conversa e de intimidade com o leitor, tido como um amigo do autor. Da fonte da literatura, a crônica bebe a maneira elaborada de narrar histórias e a liberdade na hora de escrever; do lado do jornalismo, ela herda os veículos de divulgação e a inspiração para seus temas. Vale mencionar que os cronistas trabalham de maneira diferente do restante da redação. Em geral, costumam ser colaboradores e não contratados do veículo para o qual escrevem. Portanto, não sofrem tanto com a pressão do tempo quanto os repórteres, o que lhes permite burilar melhor seus escritos. O pagamento pelo serviço é simbólico, mas o cronista é dono dos direitos autorais e pode publicar seus textos em coletâneas se assim desejar, como fez Apicius (1986).

Três grandes temas recorrentes e interessantes para nossa discussão foram encontrados tanto na Folha de S.Paulo quanto no Jornal do Brasil. São eles: os critérios da crítica, o início da valorização dos chefs de cozinha e a pedagogia do consumo. Os critérios da crítica são um momento de metalinguagem da crítica gastronômica, quando ela reflete sobre si mesma, pretendendo trazer ao leitor transparência nos métodos. O anonimato, a ética e os

procedimentos para atribuição de notas são discutidos nos próprios textos. O início da valorização dos chefs de cozinha aparece principalmente nos textos sobre a entrada dos chefs franceses no Brasil. Proprietários e *maîtres* são outros dois personagens ainda muito citados, que paulatinamente começam a dar espaço a quem está na cozinha. Quando o chef principia a surgir, a cozinheira, por outro lado, passa a desaparecer, especialmente no papel de personagem que oferece receitas ao leitor do jornal. A pedagogia do consumo é a opção pela via do didatismo na abordagem oferecida ao leitor, que é apresentado a uma série de novidades gastronômicas que deseja conhecer melhor: são novos ingredientes, produtos importados, vinhos antes indisponíveis no país. Tudo isso desperta um interesse inédito, que é tema tanto de reportagens da Folha de S.Paulo quanto de críticas do Jornal do Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma época em que alguns chefs de cozinha são cultuados como celebridades, é fácil esquecer que a glamorização da profissão é um fenômeno bastante recente – tanto que, na fase da virada gastronômica, ainda dava seus primeiros passos no Brasil. O hábito de ir ao salão cumprimentar os clientes aparece nos anos 1970, com a *nouvelle cuisine*⁷. No Brasil, foi justamente com a chegada dos chefs franceses que isso passou a ser valorizado. Na virada gastronômica, a figura do *chef* começa a aparecer lentamente. É o caso de Laurent Suaudeau e Claude Troisgros no Rio de Janeiro, que são citados e festejados. Eles chegam à cidade em plena explosão da *nouvelle cuisine*, como embaixadores do movimento. O ano é 1979 e, segundo conta D’Egmont (2014), ambos se instalam em restaurantes na Avenida Atlântica, à beira-mar de Copacabana: Troisgros no *Le Pré Catelan*, convidado por Gastron Lenôtre, e Suaudeau no *Le Saint Honoré*, indicado a Paul Bocuse por Roger Laloux.

Advogamos que a valorização da gastronomia em detrimento da culinária se caracteriza por uma série de mudanças: a editoria prioritária deixa de ser o suplemento feminino para virar o caderno de cultura e/ou lazer (ou até mesmo para chegar a suplementos exclusivos, como é o caso de Comida); os gêneros abandonam a receita para focar na crítica e

⁷ De acordo com Drouard (2009), a cozinha burguesa teve uma nova ascensão após a Segunda Guerra Mundial, mas entrou em declínio nos anos 1980, com o surgimento da *nouvelle cuisine*. A expressão aparece pela primeira vez em 1973, na revista *Gault et Millau*, em artigo de Henri Gault. Ele e Christian Millau diziam que a *haute cuisine* tinha se perdido em seus dogmas, com um repertório limitado de receitas. Nos anos 1960, a refrigeração ainda não era comum e restaurantes usavam molhos para disfarçar pratos não tão frescos assim. Também era comum servir pratos preparados com antecedência, apenas requentados. O nome surgiu quando os dois jornalistas foram jantar, em 1965, no restaurante de Paul Bocuse, que se destacava pelo frescor dos ingredientes. Gault e Millau saíram em busca de outros chefs na mesma linha e encontraram os irmãos Jean e Pierre Troisgros, Michel Guérard, Alain Chapel, Alain Sanderens, Jean Delaveyne e Roger Vergé, entre outros. O que eles tinham em comum? Havia abandonado práticas culinárias ultrapassadas que desvalorizavam os insumos. Também é necessário destacar que acontece uma mudança importante: a maior parte dos restaurantes não pertencia aos chefs até a década de 1950, mas essa tendência tomou fôlego nos anos 1960 e 1970. O nome dos donos, inclusive, passou a nomear alguns restaurantes: o *Auberge de Collonges au Mont d’Or*, por exemplo, passou a se chamar *Chez Paul Bocuse*. É justamente Paul Bocuse que se gaba de ter tirado o *chef* da cozinha. Ao mesmo tempo, cai o poder do *maître*, antes figura da maior importância nos restaurantes. “Um estado de espírito? Um movimento? Uma tendência? Uma mudança de comportamento? Só é possível entender a *nouvelle cuisine* analisando as relações de dependência e interdependência desenvolvidas nesse período entre três grupos distintos: os *chefs* e cozinheiros, conforme ascendiam socialmente, a nova mídia e a nova clientela” (DROUARD, 2009, 293). Tal fenômeno colabora para a mudança de *status* da cozinha, com o apoio da mídia, e nossa pesquisa observa que os reflexos logo chegam também ao Brasil.

na reportagem; o enfoque larga a prática para se ater ao discurso; o espaço prioritário se modifica do privado da casa para o público do restaurante; o protagonista tira o avental da cozinheira para vestir a dólma do chef; a abordagem, de modo geral, ganha uma ênfase menos cotidiana e mais cultural. Todas essas mudanças puderam ser observadas na exploração dos exemplos das duas fases durante a pesquisa.

É muito importante ressaltar que a virada é marcada não apenas por uma passagem da culinária à gastronomia, mas também da informação não jornalística à informação jornalística. Ressaltamos que receitas não são um gênero jornalístico, mas sim um gênero textual. O fato de ele ser impresso em páginas de jornal não faz dele jornalismo, assim como acontece com horóscopos, histórias em quadrinhos ou passatempos. Antes da virada, são as receitas que resumem todo o conteúdo sobre comida publicado nos periódicos, exceto quando começam a surgir indícios da virada. Quando ela acontece, surge então o jornalismo gastronômico: a comida passa a ser considerada um tema digno de exploração jornalística, indo de gêneros opinativos, como a crítica, até gêneros interpretativos, como a reportagem.

Buscamos neste artigo, por meio de uma pesquisa no arquivo dos jornais Folha de S.Paulo e Jornal do Brasil, contextualizar a virada gastronômica. A transição que pode ser identificada nas páginas de dois dos principais veículos de sua época faz parte de um momento histórico em que a culinária começa a dar lugar à gastronomia. A entrada do tema na ordem discursiva coexiste com as disputas pela consolidação do campo, tanto no jornalismo, em que o tema precisa brigar por espaço (literalmente) nas páginas com outros assuntos, quanto na gastronomia, em que novos atores passam a lutar pela importância da valorização da profissão. Como testemunha de seu tempo, o jornal retrata um fenômeno que estava começando a acontecer e, ao mesmo tempo, pode também influenciá-lo, em uma retroalimentação, instigando os leitores a prestar mais atenção ao tema da comida com um olhar renovado.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R. M. **Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural**. Recife: Editora UFPE, 2013. Versão em e-book disponível em: <https://editora.ufpe.br/books/catalog/book/292>

AMARAL, R. M. Você tem fome de quê?: O jornalismo gastronômico na cultura de consumo contemporânea brasileira. **E-Compós**, Brasília, v. 17, n. 3, 2014. DOI: 10.30962/ec.1070. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1070>. Acesso em: 11 jun. 2021.

AMARAL, R. M. **Virada gastronômica: como a culinária dá lugar à gastronomia no jornalismo brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

APICIUS. **Confissões íntimas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

ARAÚJO, I. L. **Foucault e a crítica do sujeito**. 2. ed. Curitiba: Editora da UFPR, 2008.

ATALA, A.; DÓRIA, C. A. **Com unhas, dentes e cuca: prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

BENSON, R.; NEVEU, E. Field theory as a work in progress. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Org.). **Bourdieu and the journalistic field**. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 1-25.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

D'EGMONT, A. Chefs franceses Laurent Suaudeau e Claude Troisgros comemoram 35 anos no Brasil. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 dez. 2014. Disponível em: https://www.laurent.com.br/home/ver_noticia.php?id=24. Acesso em: 24 dez. 2014.

DÓRIA, C. A. **A culinária materialista: construção racional do alimento e do prazer gastronômico**. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

_____. **Estrelas no céu da boca: escritos sobre culinária e gastronomia**. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

DROUARD, A. Chefs, gourmets e gourmands: a cozinha francesa nos séculos XIX e XX. In: FREEDMAN, P. (Org.) **A história do sabor**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. p. 262-299.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GADINI, S. L. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MENNELL, S. **All manners of food: eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present**. Oxford: Basil Blackwell, 1985.

PARKHURST-FERGUSON, P. Gastronomie. In: POULAIN, J. (Org.). **Dictionnaire des cultures alimentaires**. Paris: Presses Universitaires de France, 2012. p. 616-622.

POULAIN, J. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

SPANG, R. **A invenção do restaurante: Paris e a moderna cultura gastronômica**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

VEIGA-NETO, A. **Foucault e a educação**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

As pipocas nos cinemas: um consumo insustentável a ser digerido*

Popcorn in cinemas: an unsustainable consumption to be digested

Palomitas de maíz en los cines: un consumo insostenible para digerir

Cynthia Arantes Ferreira Luderer | cynthialud@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5149-669X>

Universidade do Minho (UMinho), Braga, Portugal.

Recebimento do artigo: 28-fevereiro-2021

Aceite: 18-outubro-2021

LUDERER, C. A. F. As pipocas nos cinemas: um consumo insustentável a ser digerido. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 56-71, dez. 2021.

* Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020



RESUMO

O objetivo deste estudo exploratório e de caráter qualitativo tem o propósito de conferir a dinâmica relacionada ao consumo das pipocas nos cinemas tendo em vista os 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 (UN, 2015). Para tanto, foram verificados diferentes documentos e relatos de distintos atores sociais, assim como observadas salas de cinemas brasileiros e europeus. Ao examinar os objetivos da Agenda 2030 e suas respectivas metas com esse foco, conferiu-se que, quando se trata de cinemas, o pilar da economia suplanta os pilares ecológico e social da sustentabilidade, distanciando-se do equilíbrio sustentável, almejado pelos ODS.

Palavras-chaves: Gastronomia; Agenda 2030; Milho *commodity*; Salas de cinema; Sustentabilidade.

ABSTRACT

This exploratory and qualitative study aims to check the dynamics related to popcorn consumption in movie theatres in view of the 17 Sustainable Development Goals (SDG) of the 2030 Agenda (UN, 2015). For that, have been verified different documents and speeches from the distinctive social actors, as well as observed Brazilian and European movie theaters. By examining the 2030 Agenda goals and their respective targets with that focus, it was verified that, when it comes to cinemas, the pillar of the economy supplants the ecological and social pillars of sustainability, distancing itself from the sustainable balance, targeted by the SDGs.

Keywords: Gastronomy; 2030 Agenda; Corn commodity; Movie theaters; Sustainability.

RESUMÉN

El objetivo de este estudio exploratorio y cualitativo es de comprobar la dinámica relacionada con el consumo de palomitas de maíz en las salas de cine en vista de los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 (ONU, 2015). Por lo tanto, fueron verificados diferentes documentos e informes de diferentes actores sociales, así como se observaron espacios de cines brasileños y europeos. Al examinar los objetivos de la Agenda 2030 y sus respectivas metas con este enfoque, se constató que, en respecho a los cines, el pilar de la economía suplanta a los pilares ecológico y social de la sostenibilidad, alejándose del equilibrio sostenible sugerido por los ODS.

Palabras claves: Gastronomía; Agenda 2030; Maíz commodity; Salas de cine; Sostenibilidad.

INTRODUÇÃO

Os alimentos têm sido apresentados nos mais diversos cenários neste século e ganhado audiência pelos meios de comunicação. Para Wilson (2003, p. 49), ocorre uma paixão pela comida levando-a para uma condição afora de suas necessidades de sobrevivência.

A sétima arte também tem felicitado os alimentos e os apresenta em diferentes gêneros cinematográficos. De animações aos documentários confere-se enredos e personagens produzindo e ingerindo iguarias, atizando a gula dos comensais. Ao tratar sobre instigantes enredos de filmes relacionados à alimentação, Montoro (2007, p.11) salienta um curioso paralelismo expresso por Peter Grenaway quando este cineasta explica sobre uma de suas realizações: “[...] Fazer sentar as pessoas numa sala de cinema é como pô-las em redor de uma mesa de jantar”.

Antes de tudo, é relevante frisar que há diferentes estilos de cinemas, mas a provocação de Grenaway permite articular sobre aspectos que abarcam a relação de algumas propostas de salas com a gastronomia. Inclusive, há várias redes de cinemas que oferecem ambientes ao público com distintas experiências nesse sentido, bastando, para tanto, que o consumidor esteja disposto a mover a sua carteira!

Essas propostas permitem que o consumidor possa assistir uma película desde uma das limitadas poltronas reclináveis instaladas em uma seleta e luxuosa sala de um cinema, por exemplo, onde pode haver um serviço que inclua distintas iguarias, vinhos e espumantes ofertados em cardápios elaborados por *chefs* de cozinha. As icônicas pipocas podem estar inclusas na composição desses ambientes mais requintados, onde a iluminação é menos intensa e, normalmente, prevalece um mobiliário sóbrio em tons de madeira natural e do preto, por exemplo.

No entanto, o comum é encontrá-las no reduto das luzes e das cores vivas instaladas nos saguões centrais dos cinemas, onde está localizado o *snack bar*. Os sentidos do comensal são provocados quando cruza esse recinto, onde as gigantes embalagens com pipocas são comercializadas. Quando o indivíduo cede a essa tentação, agarra o recipiente como se fosse uma pelúcia e, na sala escura, com o uso das mãos, ingere os grãos de milho saltitantes como se estivesse hipnotizado.

Travestidas de mascotes, as pipocas também serão vistas na grande tela dessa sala escura, de onde dão as honras ao cinéfilo, apresentando lúdica e divertidamente as regras de segurança, de higiene e das boas maneiras a serem seguidas no ambiente. Por certo, há cinemas que escapam desse modelo no qual as pipocas são estaladas, mas dado serem elas o objeto deste trabalho, trataremos aqui de estabelecimentos onde essas estrelas alvejantes se tornaram protagonistas. Por sua vez, esses modelos de empreendimentos apresentam-se como *corpus* deste trabalho.

Com base nesse mercado, mas tendo como preocupação as emergentes questões que rezam em torno da relação entre o consumo alimentar e a sustentabilidade do planeta, que por sua vez é um dos temas destacados dentre os 17 Objetivos para o Desenvolvimento da Sustentabilidade (ODS) da Agenda 2030 (UN, 2015), este estudo foi direcionado com base na seguinte indagação: como o consumo das pipocas nos cinemas se relacionam com as causas sustentáveis defendidas na Agenda 2030?

Há diversos propósitos que justificam esse questionamento, mas, dada a proximidade desta pesquisadora com a cultura luso-brasileira, foi pertinente verificar a ausência de trabalhos de cunho lusófono que reze sobre esse modelo de consumo, uma afirmação que tem como fonte os Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCCAP). Ademais, outro indicador é o sigilo que ronda em torno desse mercado, um aspecto antes verificado e divulgado em um breve ensaio apresentado no VII Congresso do AISU, em Padova (LUDERER, 2015). Por outro lado, esses nós tornam-se instigantes ao refletir sobre as estratégias comunicacionais conferidas nos *snack bars* de algumas redes de cinemas em torno do provocante aroma das pipocas e seu par fiel, o refrigerante.

Ao elucidar esse mercado, pode-se permear uma rede de agentes que ocupam diferentes papéis em torno do milho, dentre os quais do *zea mays everta* – nome científico do grão de milho destinado às pipocas –, uma *commodity*¹, que no ambiente do cinema é transformada em um bem cultural. A produção e o consumo desse cereal envolvem uma cadeia de valores que dinamiza os três pilares da sustentabilidade: move a economia; insere-se na dinâmica das pessoas em diferentes contextos, gerando implicações sociais; e afeta o meio ambiente, pois tratamos de um produto que está diretamente vinculado ao campo ecológico.

Com a intenção de aclarar alguns pontos desse repertório, o objetivo deste estudo exploratório e de caráter qualitativo teve como propósito descrever a dinâmica relacionada ao consumo das pipocas nos cinemas tendo em vista os ODS da Agenda 2030 (UN, 2015). Para tanto, foram verificados diferentes documentos e relatos de distintos atores sociais, assim como conferidos os objetivos da Agenda 2030 e suas respectivas metas, tendo um apreço especial ao segundo objetivo, por estar alinhado de modo incisivo às questões alusivas da alimentação.

Com esse foco, a Antropologia da Alimentação (HERNÁNDEZ e ARNÁIZ, 2005) foi primordial para construir a rede de elementos em torno das pipocas ofertadas nos cinemas. Além do auxílio da etnografia, o mais relevante do aporte dessa ciência é o reconhecimento das várias imbricações que resguardam um alimento, contornando aspectos além do nutricional, dentre os quais o ecológico, o biológico, o tecnológico, o simbólico, o econômico, o político e o ideológico, por exemplo. Esse amplo leque permite avaliar o consumo dos alimentos como um aspecto cultural, que expressa uma prática social. Como indicado por Hernández e Arnáiz (2005, p. 81), “ainda que se trate de um café com biscoitos, um aspecto importante é a relação social” e, diante disso, pode-se inferir que essa máxima cabe ao contexto do consumo das pipocas nos ambientes dos cinemas.

Reconhecer a complexidade que envolve o ato do consumo em torno das pipocas torna-se relevante para refletir esse tema com base nas propostas contemporâneas anunciadas como dieta sustentável, as quais apregoam um modelo de alimentação que flui em sintonia com os ODS da Agenda 2030. Uma dieta sustentável (MASON e LANG, 2017; WILLET et al, 2019) torna-se um suporte relevante para a discussão tratada neste estudo, pois apresenta dispositivos justificáveis para conceber um melhor futuro para o planeta, levando em conta que,

¹ Vale esclarecer que o sistema de commodities abarca diferentes tipos de mercadorias movidas pelo comércio global a engrenar as cadeias produtivas. No caso dos produtos agrícolas, eles abarcam distintas condições além de sua função alimentar, como combustível, ração animal ou subprodutos, por exemplo.

além dos interesses nutricionais dos alimentos, há os impactos dessa produção e consumo que implicam ao meio ambiente. As propostas de dieta caracterizadas como sustentáveis também agregam em seu bojo a bandeira de políticas públicas, com o propósito de agregar os interesses nutricionais às questões sociais das populações.

Ao reconhecer que o tema aqui tratado verte sobre vários ângulos, esses princípios, os quais permitem tocar na abrangência do processo alimentar, apresentam-se como guias para a discussão tomada neste estudo.

O PROCESSO PARA ESTOURAR AS PIPOCAS

Para o desenvolvimento deste trabalho, coube um processo metodológico no qual se inseriu uma investigação bibliográfica, focada em documentos e relatórios disponíveis nas redes virtuais, que estivessem vinculados aos grupos das empresas de cinema. A esses recursos agregou-se as mensagens veiculadas por diferentes meios de comunicação, as quais agregassem dados sobre os entretenimentos escolhidos como *corpus* desta pesquisa. Dado o interesse em conferir a relação desses entretenimentos com a sustentabilidade, além do dedicado estudo dos ODS da Agenda 2030 (UN, 2015), foi pertinente inserir as palavras vinculadas a esse tema no processo das buscas de dados na internet.

Essas fontes adicionaram-se a uma pesquisa em campo, que ocorreu entre 2014 e 2019, quando foi oportuno, no papel de observadora e consumidora, conferir e captar imagens de diferentes cinemas localizados na região sudeste do Brasil e em alguns países europeus, mais precisamente, Inglaterra, Países Baixos, Bélgica e Portugal. A presença física nesses cenários permitiu verificar as ofertas e as dinâmicas nos *snack bars* de diferentes cinemas, assim como observar o comportamento dos consumidores em torno dos alimentos ali ofertados.

Ainda que esses recursos já fossem o bastante para discorrer sobre um estado da arte referente às propostas alimentares nos cinemas contemporâneos, buscamos nas entrevistas os alicerces para tratar esse tema. Elaboradas na língua portuguesa, elas foram procedidas em duas etapas: em 2014 – no Brasil, quando foram entrevistados consumidores e profissionais brasileiros vinculados ao consumo de alimentos no cinema, com o propósito de desenvolver um outro estudo; e em 2019- quando a investigação foi procedida em Portugal. Além das entrevistas presenciais, houve o auxílio dos suportes virtuais e mídias sociais para desenvolver as comunicações com os agentes, como *e-mail*, *WhatsApp* e *Facebook*.

Nesse prisma, em 2019, duas entrevistas mostravam potencial para se alçar algumas respostas sobre a dinâmica do comércio das pipocas nos cinemas, porém, de certo modo, foram improficuas: I.S., um fornecedor de mobiliários para cinemas brasileiros e portugueses, ao ser intercedido por meio de *WhatsApp* por um terceiro, relatou ter concluído, por meio de suas tentativas em colher alguns dados, que deve haver um propósito por parte das empresas de cinemas em manter velados os dados relacionados ao comércio das pipocas; por sua vez, o contato direto por meio do *WhatsApp* com L.T., consultor em gestão de qualidade para cinemas paulistas, indicou que é perceptível a desorganização administrativa em alguns estabelecimentos onde presta serviço, mas ao tentar colher informações sobre as pipocas junto de seus clientes, alegou que parece haver o interesse em esconder os números em torno dessa parte dos negócios.

Por sua vez, em Portugal, na tentativa de ouvir depoimentos de colaboradores que atuam nas grandes redes de cinema, conferiu-se o receio desses agentes em expor as informações vinculadas ao reduto das pipocas. No entanto, em caráter de exceção, foi oportuno encontrar nesse grupo a jovem estudante A.S., uma mestranda de 24 anos, quem, sensibilizada pelos valores das investigações científicas, nos concedeu 90 minutos de seu tempo, revelando parte desse reduto em uma entrevista aberta².

A PIPOCA EM VÁRIOS LOCAIS, MAS EM UM SÓ LUGAR

O *corpus* deste trabalho é o modelo de cinemas padronizados, vinculados a grupos globalizados³, voltados para o setor desse entretenimento. Tal aspecto contribui para reconhecer uma estética semelhante entre alguns deles: estarem instalados junto às praças de alimentação de *shopping centers*, por exemplo⁴, e inserirem as pipocas no seu contexto, inclusive agregando-as a *kits* promocionais (bilhete + pipocas + refrigerante). Esse estilo replicado, o qual apresenta um repertório que escapa à construção de uma memória vinculada antropologicamente ao cinema de outrora, provoca à reflexão sobre esses estabelecimentos contemporâneos estarem inseridos em um compêndio compreendido como de *não lugar*- o termo elucidado por Marc Augé (2005) quando aborda espacialidades ressoadas com padrões uníssonos.

Quanto às películas apresentadas nesses ambientes infere-se que elas seguem o perfil em ascensão desde a década de 1980, o qual foi estudado por Anaz (2017), cabendo nesse prisma as produções cinematográficas bem-sucedidas, com sucesso de bilheteria, seguidas pela lógica do modelo *Hollywoodiano*, combinando os gêneros entre aventura, ação, ficção científica e fantasia. Esse quadro coincide com o período em que as pipocas se inseriram nas salas de cinema e tornaram-se um ingrediente a mais nesse mercado para insuflar os imaginários do público.

As vibrantes cores dos ambientes dos *snack bars* alinham-se às diferentes marcas de guloseimas ali expostas. As filas para o atendimento são frequentes, com exceção da rede de cinema francês *Pathé*, nos Países Baixos, onde vinga o autosserviço, organizado pela estrutura de uma ilha central no saguão, onde são expostas as guloseimas, dentre elas os gigantes copos com pipocas. Geladeiras verticais envidraçadas ficam à volta, com as bebidas e os sorvetes. Essa ausência de envolvimento do consumidor com os atendentes no ato da compra faz remeter ao modelo inserido pelos supermercados nos meados do século XX, um tema explicitado por McClelland (1962) e que merece ser mais bem avaliado no contexto dos cinemas.

Os estabelecimentos visitados destinados aos filmes mais eruditos resguardam uma estrutura espacial antagônica ao desses grupos. Comumente vinculados ao setor público ou

² Entrevista concedida em 28 de junho de 2019.

³ Vale destacar que, ainda que prime muitas semelhanças, deve se ter em conta o contexto cultural de cada país onde essas redes globais se instalam, sendo oportuno levar em conta, por exemplo, os agentes/público/consumidores que se inserem nesses ambientes de mediação e recepção.

⁴ Os cinemas visitados nos Países Baixos e na Bélgica não estavam inseridos em *Shopping Centers*, mas as demais características se repetem.

agências culturais, pouco ou nada provocam ao exercício da comensalidade em seus ambientes. Quando o fazem, apresentam um local à parte do saguão, tornando opcional ao cinéfilo adentrá-lo. A pipoca é excluída dessa espacialidade, onde prima um serviço personalizado com a oferta de pequenos quitutes, café, vinhos ou cervejas artesanais, por exemplo.

O ESTOURO DAS PIPOCAS

O modelo de cinema no qual focamos este estudo criou uma relação de simbiose com as pipocas. O relato da estudante A.S., quem trabalha em um desses estabelecimentos português, o qual faz parte de um grupo de cinemas brasileiros, demonstra a relevância econômica desse produto diante os demais alimentos comercializados por essa empresa:

Nosso *know-how* são as pipocas e os refrigerantes. Depois, todo o resto. Digamos que esses são nossos produtos principais. Depois temos os outros produtos que também vendemos, como chocolates, os gelados⁵. E ainda [...] batatas fritas, nomeadamente as *Pringles*. Mas o essencial são mesmo as pipocas e os refrigerantes [...] que dão lucro ao cinema.

Diferente do refrigerante e dos demais produtos citados, o milho está livre dos *royalties*, mas tal condição não impede a pipoca de ser comercializada por um preço relativamente salgado. Gil e Hartmann (2008) justificam que essa premissa é um recurso criado pelos cinemas para suprir os altos custos dos distribuidores dos filmes, uma estratégia que beneficiaria a difusão cultural das produções cinematográficas.

A jovem A.S. ratifica esse dado:

A maior percentagem dos bilhetes vai para a distribuidora, então os cinemas precisam subsistir e pagar os ordenados. Então, muito do lucro que ele tem é do bar, não é pelos filmes, [pois a empresa] tem que pagar uma grande percentagem aos distribuidores.

No entanto, essa justificativa focada no pilar da sustentabilidade econômica dos cinemas está vinculada às convocações direcionadas ao consumo de pipocas e refrigerantes, uma dinâmica, de caráter ocasional, que merece ser percebida diante a possibilidade de repercutir para haver uma indigestão ao levar em conta os interesses sociais e a saúde dos indivíduos. As doenças não transmissíveis e, mais especificamente, a epidemia da obesidade infantil, insere-se como parte das preocupações expressas na Agenda 2030, e estudos já têm demonstrado o papel nocivo que ocupam os refrigerantes para esse cenário (ONU, 2020).

Para evitar o risco da obesidade, reza-se nas cartilhas de alimentação de órgãos públicos alguns parâmetros, dos quais indicam para evitar porções gigantes, comer com atenção e escapar dos açúcares, gorduras e sal (BRASIL, 2014; PAPABEM, s/d; SNS, 2018). Ou seja, um conjunto de elementos presentes nas composições ofertadas nos cinemas. A mensagem expressa por uma professora brasileira de nutrição⁶ contribui para esclarecer esse aspecto:

⁵ Entende-se por gelados os sorvetes.

⁶ Mensagem trocada por *WhatsApp* em 5 jul 2019.

O balde de pipoca, o balde de refrigerante, aquele copo gigantesco, não faz sentido! A pessoa está comendo sem perceber, pois, ela não tem noção do quanto ela come e do quanto ela bebe e dos ruídos que ela faz dali sentada e sem nenhum gasto energético.

Ainda que, à primeira vista, se demonize as pipocas dos cinemas, vale sublinhar que se trata de um alimento e, como expresso por Coco e Vinson (2019), esse milho apresenta qualidades nutricionais e oferece vários benefícios à saúde. No entanto, é importante perceber o modo concebido nos cinemas em torno desse produto, pois, como destacado pelo *Departamento de Agricultura dos Estados Unidos* (UTHUS, 2016), as pipocas são nocivas quando preparadas com excesso de sal, gordura e açúcar.

Os discursos em torno da saúde ganham as pautas dos meios de comunicação desde a década de 1970, quando se instalou um quadro de sacarofobia na sociedade, mas embatem com os da sacarofilia⁷, que vibram em torno das guloseimas, justificados pela associação desse consumo ao prazer, à infância, aos momentos festivos e a uma dinâmica vinculada ao exercício de compartilhar (FISCHLER, 1995, p. 290).

Os cinemas apresentam-se como um excelente campo para se conferir a sacarofilia, em especial quando se trata da divulgação de filmes infantis, quando cabe, inclusive, a promoção de embalagens especiais para servir as pipocas e refrigerantes, relacionadas ao tema da produção fílmica. Em Portugal presenciou-se casais que levavam suas crianças ao cinema pela primeira vez e, dentre os comandos ditados pelos tutores aos infantes, cabiam os gestos em torno do consumo das pipocas. A.S. expôs algumas de suas percepções a esse respeito: que os brasileiros⁸, as famílias e os jovens na faixa dos 30 anos destacam-se como consumidores de pipocas; e os portugueses preferem as doces, enquanto os brasileiros solicitam as salgadas ou as naturais – as elaboradas com azeite de oliva, enfatizada pela jovem como mais saudáveis.

Além dessas escolhas estarem relacionadas a uma questão cultural, vale destacar a faixa etária dos consumidores citados por A.S., pois refere-se à geração Y e Z⁹. Para Williams e Page (2001, p. 12), houve uma previsão dos pesquisadores de que a geração Z seria menos saudável e estaria acima do peso e, para os autores, outra característica desse público é o papel de suas crianças no processo de escolha dos produtos a serem consumidos em família, um fenômeno intitulado como *kidfluence* e que, na escolha dos alimentos, o índice alcança os 70%.

Outro exemplo da sacarofilia nos cinemas está vinculado ao cinema *Roxy*, da cidade brasileira de Santos, no estado de São Paulo, que promovia nos anos de 1970 a *Sessão Coca-Cola*, um chamariz para promover os filmes infantis da *Disney*, os quais eram apresentados quinzenalmente nas manhãs de domingo (JORNOW, 2017; SAAD, 2015). Campos¹⁰ justifica que havia poucas produções cinematográficas destinadas ao público infantil na época e um acordo com os distribuidores do refrigerante da região visava estimular esse público a frequentar o

⁷ Esses termos estão vinculados ao entendimento do açúcar como sacarose, e os sufixos aplicados inserem-se no contexto histórico em que esse produto passou a ser debatido no seio da saúde para ser repellido (fobia) ou adorado (filia). Conferir em Fishler (1995, pp. 278-294).

⁸ Há muitos brasileiros que vivem em Portugal e números mais recentes indicam o aumento dessa imigração (HENRIQUES, 2020).

⁹ Nascidos entre 1977-1994 e após 1994.

¹⁰ Toninho Campos, herdeiro-proprietário do *Cine Roxy* de Santos, em entrevista em 26 de novembro de 2014.

cinema. Na sessão eram ofertadas à vontade as garrafinhas caçulinhas do refrigerante - com 200 mililitros da bebida -, para os adultos e crianças. As pipocas, na época, ainda estavam à cargo dos pipoqueiros.

Há várias memórias sobre essa promoção entre os consumidores. A senhora M.A.¹¹ atuou como telefonista em duas redes de cinema nessa cidade e relatou que:

A sessão *Coca-Cola* era de desenho (animado) para as crianças, e ocorria às dez horas, e os pais levavam as crianças pequenas, porque na maioria dos filmes as crianças não entravam, pois normalmente eram para (no mínimo) dez anos.

Dona I.L.P.¹², moradora do bairro onde está o *Roxy*, conhecido popularmente na época como cinelândia, salientou duas produções apresentadas nessa sessão que fizeram imenso sucesso: *Se meu fusca falasse* e *Cinderela*.

R.M., gerente de imprensa e comunicação da *Coca-Cola Brasil*¹³, afirmou desconhecer sobre essa promoção e que, na atualidade, a empresa visa com muita cautela as ações e promoções do refrigerante, principalmente quando se tem crianças e jovens envolvidos.

Os pipoqueiros, que se instalavam com seus carrinhos à frente dos cinemas, é outro aspecto mencionado por Dona I.L.P.. Seu relato discorre sobre o momento em que os entretenimentos passaram a comercializar as pipocas, impondo aos clientes que as consumissem em seus *snack bars*. Há lamúria em sua voz:

[...] [os pipoqueiros] tinham aqueles carrinhos antigos, que depois quando veio isso eles foram proibidos. Ihh! Teve uma briga [entre] os donos de cinema e os coitadinhos! Teve uma época [...] que você não podia entrar com nada [nos cinemas]. Acabou com os pipoqueiros da rua.

A partir desse foco, dona F.M.¹⁴ salientou que foi com a venda das pipocas no saguão dos cinemas que passaram a permitir adentrar às salas com essa guloseima.

UM PLANETA A PIPOCAR

O milho é uma importante contribuição originária das Américas para o mundo e um alimento tradicionalmente sagrado em grande parte desse continente. No século XX, sua farinha era um alimento de destaque entre os pobres norte-americanos e foi nesse período quando se destacaram nos Estados Unidos os flocos de cereais à base de milho (ARRESTO, 2004; CARNEIRO, 2003).

No reduto estadunidense, as pipocas se tornaram populares desde o final do século XIX, mas foi durante o período da Depressão, de 1929, que se inseriram nos cinemas, oferecendo uma margem de lucro maior do que a receita das bilheteria e após a Segunda Guerra já estavam presentes em 86% dos cinemas para onde, segundo Katz e Weaver (2003), era escoada a metade da produção cultivada no país. Inclusive, Smith (1999, p. 122) enfatiza que “até 1950, a

¹¹ Entrevista em 20 de novembro de 2014.

¹² Entrevista em 20 nov 2014.

¹³ Entrevista por telefone em 19 nov 2014.

¹⁴ Entrevista em 20 nov 2014.

maior parte da pipoca consumida nos Estados Unidos era preparada e comida fora de casa, sendo metade nos cinemas”¹⁵. Tal veemência ratifica a afirmação de Pimentel e Melchior (2015, p. 147) que a pipoca estar associada ao cinema é uma tendência estadunidense.

O estreito vínculo da população norte-americana com o milho indica a importância econômica do cereal, o qual tem se apresentado no auge da produção desse país, mas o Brasil também é um dos líderes de cultivo desse grão (FIESP, 2019). Segundo Cruz e colaboradores (2011, p. 1), “A importância econômica do milho é caracterizada pelas diversas formas de sua utilização, que vai desde a alimentação animal até a indústria de alta tecnologia. O uso do milho em grão na alimentação animal representa a maior parte do consumo desse cereal no mundo”. Nesse sentido, vale salientar a posição desse grão na sua condição de *commodity* (MELCHIOR, 2017; RIBEIRO NETO, 2018) e, como tal, apresenta valor para a indústria do agronegócio, ficando à mercê das variações de preços comandadas por negociações nas bolsas de valores.

Dada a relevância dessa produção para a economia global, há estudos dedicados ao impasse da massiva produção do milho diante os efeitos gerados para as mudanças climáticas (BUTLER et al, 2018; MAGALHÃES, 2017). Esse tema ecológico está sublinhado na Agenda 2030 (UN, 2015), quer quando se alinha à agricultura sustentável (2º ODS) ou, de modo mais explícito, diante as medidas necessárias para combater as mudanças climáticas (13º ODS).

Grande parte da produção dos milhos atende aos animais ruminantes (CRUZ et al., 2011), um cultivo que entra em consonância com os gases de metano emitidos pelo gado para o efeito estufa. Ainda que os principais jornais brasileiros desmereçam esse tema (LAHSEN, 2018), os debates internacionais flamejam em torno dele, inclusive por meio da apresentação de novas dietas, como a Dieta para a Saúde Planetária (WILLET et al, 2019), a qual busca a sintonia de uma alimentação, com vista aos ODS da Agenda 2030, incluindo-se nesse repertório a proposta da redução do consumo da carne e dos ultraprocessados.

Outro destino dado à massiva produção de milhos é o das indústrias de ultraprocessados. Otero (2018) acusa o molde dessa grande escala de cultivo ao relacioná-lo aos efeitos nocivos gerados para a saúde da população, pois essa produção vinculada ao agronegócio atende a uma indústria alimentar que tem no milho sua matéria prima para a produção dos alimentos ultraprocessados. Por essa lógica, confere-se que esse cultivo massivo fere o 2º ODS, o qual designa acabar com a fome, mas tendo em vista a segurança alimentar e a melhoria da nutrição.

Para avaliar esses pontos mencionados vale destacar oito metas vinculadas ao 2º ODS da Agenda 2030 (UN, 2015), como:

“2.1- garantir o acesso de todas as pessoas a alimentos seguros e nutritivos; 2.3- dobrar a produtividade agrícola e a renda dos pequenos produtores de alimentos; 2.4- garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas resilientes que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo; 2.5- garantir

¹⁵ Tradução nossa. No original: “Up until the 1950s, most of the popcorn consumed in the United States was prepared and eaten outside the home, half of it in movie theaters.”

o funcionamento adequado dos mercados de *commodities* de alimentos e seus derivados e ajudar a limitar a volatilidade extrema dos preços dos alimentos.”

Essas metas destacam a agricultura familiar como dispositivo produtivo e salientam os cuidados relacionados ao mercado de *commodities* de alimentos. Desse modo, elas indicam que a Agenda 2030 está ancorada em um modelo antagônico ao praticado pelo agronegócio. A *Década das Nações Unidas para Agricultura Familiar 2019-2028*, declarada em 2017 pela FAO, endossa essa diretriz ao ressaltar o “reconhecimento global da importância dos agricultores familiares para o desenvolvimento sustentável, no contexto da Agenda 2030 dos 17 *Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)*” (SILVA, 2019a).

Especificamente, quanto aos grãos de milho destinados às pipocas, segundo Amilton Andrade (CANDIDO, 2016), um empreendedor no ramo da distribuição de mercadorias destinadas à produção de pipocas, o Brasil seria o segundo consumidor no mundo dessa guloseima depois dos Estados Unidos. Esse dado não pode ser ratificado, sequer no anuário de 2018 da *Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex*¹⁶ (Abraplex), um grupo de cinemas posicionado em 11º lugar no mundo e que “representam 52% do número de salas existentes e cerca de 65% da bilheteria no Brasil” (ALMEIDA, 2018).

Sawazaki (2010), ainda que desvinculado ao mercado dos cinemas, apresenta dados que auxiliam para saber alguns números relacionados à produção do milho híbrido americano consumido no Brasil - o usado para fazer pipocas e de origem norte americana. Segundo esse engenheiro agrônomo, a produção desse tipo de cereal no país era próxima de 80 mil toneladas na primeira década deste século e o consumo se concentrava na época junina (DIÁRIO, 2011).

Em Portugal, a jovem A.S. expôs que para atender ao público que circula nas 12 salas do cinema onde atua, são usados cerca de cinco quilos de milho nos dias com pouco movimento, chegando aos 40 a 60 quilos nos finais de semana. Façamos então um rápido cálculo: uma caixa tamanho médio de pipoca comercializada nos cinemas leva em torno de 120 gramas de milho estourado - um volume de 2500 cm³; se calcularmos um gasto aproximado de 75 quilos de milho por semana, serão vendidas próximo de 32.500 caixas ao ano nesse estabelecimento onde atua A.S.

O propósito de reconhecer esses números afasta-se do interesse de conferir a receita desse cinema, mas sim o de perceber a implicação dessas embalagens em relação às questões ecológicas, pois essas caixas serão transformadas em lixo. Segundo A.S., os resíduos do cinema são direcionados para o shopping e a quantidade gerada está relacionada aos períodos do ano e dos tamanhos das salas ocupadas. Ainda, como salientado por ela, além do saco de lixo disponível ao final de cada sessão, deve-se pensar que o cliente leva consigo resíduos para depositar em outros espaços.

Dada a sujidade que levam as embalagens das pipocas, elas não entram para o processo de reciclagem e, em Portugal, há sinais de que esse lixo está sem destino certo. O papel cartão, quando sujo, é encaminhado para o lixo orgânico e, em contato com um técnico da *Ponto*

¹⁶ Aqueles que possuem em seu conjunto mais de seis salas de cinema.

*Verde*¹⁷, uma empresa lusa que tem promovido campanhas para dinamizar a reciclagem em hotéis, restaurantes e cafés (SOCIEDADE, 2019), nos foi sinalizado que não havia nenhuma ação sustentável destinada aos cinemas. Com isso, esse cenário indica que, ao pensar nas questões ecológicas, os resíduos produzidos nos cinemas ferem uma das metas da Agenda 2030 (UN 2015), a 12.5, do 12º ODS: “reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso”.

No Brasil, conferiu-se a promoção de embalagens para pipocas comercializadas pela empresa *Cianorte*¹⁸ que dentre os modelos ofertados no seu site estão as classificadas como ecológicas. Como diferencial, esses itens apresentam mensagens impressas relacionadas aos discursos da sustentabilidade, mas de acordo com o serviço de atendimento da empresa que as comercializa:¹⁹

Esses produtos são feitos com papéis tradicionais reciclados, nada que seja um diferencial do que temos no mercado, um ponto destacável, é a redução da quantidade de tinta utilizada na impressão, porém mantendo a harmonia e beleza nas embalagens, chamando a atenção da mesma forma.

Agrega-se outro fator vinculado às embalagens em questão: o seu baixo custo, tendo como cliente alvo os pipoqueiros. Ou seja, trata-se de uma iniciativa com interesse mercadológico sem compromisso efetivo com a sustentabilidade ambiental.

No sentido de relacionar a própria estrutura física e arquitetônica dos cinemas em relação à questão ambiental, um recente empreendimento na cidade mineira de Itajubá foi destacado nos meios de comunicação ao apresentar o primeiro cinema autossustentável no Brasil, ganhando fama por usar energia solar e reaproveitamento de água da chuva (SILVA, 2019b). O “uso eficiente dos recursos naturais” está ditado na meta 12.2 da Agenda 2030, portanto, vemos nesse exemplo um compromisso com o princípio ambiental. Porém, vale lembrar que nada consta nesse novo empreendimento sobre práticas sustentáveis a serem adotadas em torno dos alimentos, a não ser a divulgação da oferta de pipocas produzidas com azeite de oliva, uma prática adotada no cinema onde atua A.S., a qual merece ser mais bem analisada.

RESULTADOS

Ao descrever sobre o comércio das pipocas nos cinemas, verificou-se o papel que ocupam o consumo e as promoções dos alimentos nesses entretenimentos e o singular desempenho das pipocas quando se trata de manter ativa a economia desses empreendimentos. Porém, verificou-se que essa prática, que segue em consonância com distintos setores vinculados direta ou indiretamente ao mercado para a produção do milho, entra em conflito com os interesses ecológicos e sociais traçados nos ODS da Agenda 2030.

¹⁷ Entrevistado por telefone em 25 de junho de 2019.

¹⁸ Disponível em <<https://pipocascianorte.com.br/categoria/caixinhas/page/2/>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.

¹⁹ Respostas enviadas por e-mail em 20 de maio de 2019.

No que se refere às vendas das guloseimas nos cinemas, conferiu-se que elas provocam e endossam um comportamento de sacarofilia entre os consumidores, um estado que entra em contraponto com os discursos da sacarofobia, os quais avançam sobre os aspectos nocivos das guloseimas para o bem-estar da saúde pública.

No que se refere à sustentabilidade, confere-se a dificuldade em conciliar os aspectos ambientais, sociais e econômicos no reduto que concerne ao consumo das pipocas. Como exposto por Redclift (2005), guiar ações políticas sob a luz do desenvolvimento sustentável torna-se um desafio, pois há uma dinâmica complexa e contraditória nesse intento, impregnada de paradoxos devido ao desenvolvimento insuflar o uso dos recursos naturais.

DISCUSSÃO

Um dos instigantes aspectos a ser conferido sobre o consumo das pipocas nos cinemas é a ausência de dados a esse respeito. Porém, como visto, há diferentes agentes em torno desses negócios, os quais podem ser acionados para oferecer novas pistas para agregar novos conhecimentos sobre esse reduto, que vem sendo agregado ao universo da gastronomia.

Os diferentes serviços e produtos em torno dos alimentos ofertados nesses estabelecimentos, os quais provocam e convocam os consumidores a mover suas carteiras, indicam que há diferentes focos a serem investigados, quer pelo foco do papel ocupado da comunicação nesse meio, dentre os quais inclui a própria distinção social por meio do consumo. Também há a dimensão dos modelos alimentares norte americano e europeu e suas influências a ser visto, assim como a própria qualidade e variedade dos milhos (des)valorizados.

Em suma, esses ambientes apresentam um quadro aliciante para perceber distintos fenômenos sociais a partir dos alimentos ofertados, que podem ou não atizar os desejos de um comensal para querer mastigar em uma sala de cinema, como mover toda uma cadeia que afete a biocapacidade do planeta. Comparações entre esses estabelecimentos, a nível regional ou internacional, para perceber as diferentes lógicas dos modelos de serviços e produtos em cada cultura, ou a intrigada relação da atitude do consumidor diante os diferentes gêneros de filmes transmitidos, também são desafios estimulantes para cruzar com a gastronomia.

Ao pensar na máxima que leva a Agenda 2030, a qual “ninguém deve ser deixado para trás”, apostamos que a nível de investigação científica no campo da gastronomia é preciso pensar nessa trilha, mas podendo ir mais longe, ou seja, não deixar “nada” para trás, nem um simples piruá.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, P. **Anuário Abraplex 2018**. Brasília, [2018]. Disponível em: <<https://www.abraplex.com/anuario-de-2018>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- ANAZ, S. O sobre-humano nos imaginários cinematográficos bem-sucedidos. **Comunicação, Mídia e Consumo**. v.14, n, 41, p. 172-195, set/dez. 2017.

- ARMESTO, F. **Historia de la comida- alimentos, cocina y civilización**. Barcelona: Tusquets Ed, 2004.
- AUGÉ, M. **Não-lugares-Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade**. Lisboa: 90º, 2005.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira / Ministério da Saúde**, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2 ed. – Brasília: Ministério da Saúde, 2014.
- BUTLER, E.; MUELLER, N.; HUYBERS, P. Peculiarly pleasant weather for US maize. **PNAS**, Berkeley, California, v. 115, n. 47, p. 11935-11940, nov. 2018.
- CANDIDO, F. Conheça a empresa que entende tudo de pipoca. **Pequenas empresas & grandes negócios**. 20 fev. 2016. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2016/02/conheca-empresa-que-entende-tudo-de-pipoca.html>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- CARNEIRO, H. **Comida e sociedade- uma história da alimentação**. São Paulo: Editora Campus, 2003.
- COCO, M.; VINSON, J. Analysis of Popcorn (*ZeaMays* L. var. Everta) for Antioxidant Capacity and Total Phenolic Content. **Antioxidants**, Basilea, Suíça, v.8, n.2, p. 22, jan 2019.
- CRUZ, J. et al. Produção de milho na agricultura familiar 2011. **Embrapa**. Circular Técnica 159. Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento. Sete Lagoas, Minas Gerais. 2011.
- DIÁRIO do Nordeste. **Mundo da pipoca**. 20 Jun.2011. Disponível em: <https://www.agrolink.com.br/noticias/nova-geracao-de-hibrido-de-milho-para-pipoca_131978.html>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- FIESP-Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. **Safra Mundial de milho 2019/2020**. Mai. 2019. Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/indices-pesquisas-e-publicacoes/safra-mundial-de-milho-2/attachment/file-20190516191800-boletimilhomai02019>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- FISCHLER, C. **El (h)omnívoro-el gusto, la cocina y el cuerpo**. Barcelona: Anagrama, 1995.
- GIL, R.; HARTMANN, W. Why does popcorn cost so much at the movies? An empirical analysis of metering price discrimination. **Graduate School of Stanford Business**, Stanford, Califórnia, p. 1-28, jan. 2008.
- HENRIQUES, J. Número de brasileiros a viver em Portugal subiu 43%. Já são 151 mil. **Público**, 16 jan. 2020. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2020/01/16/sociedade/noticia/numero-brasileiros-viver-portugal-subiu-43-ja-sao-151-mil-1900441>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- HERNANDEZ, J, C.; ARNÁIZ, M.G. Alimentación y cultura. **Perspectivas antropológicas**. Barcelona: Ariel, 2005.

- JORNOW. **Cine Roxy promove maratona de sessões Coca-Cola a partir deste domingo**. 20 jun.2017. Disponível em: <http://www.jornow.com.br/jornow/noticia.php?idempresa=2238&num_release=193509&ori=D>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.
- KATZ, S. H.; WEAVER, W. W. Popcorn. In: KATZ, S. & WEAVER, W. **Encyclopedia of food and culture**, v. 3. New York: Charles Scribner's Sons, 2003. p. 5 – 8.
- LAHSEN, M. Buffers against inconvenient knowledge- Brazilian newspaper representation of the climate-meat link. **P2P&Inovação**, Rio de Janeiro, v.4, n.1, p. 59-84, set/fev 2018.
- LUDERER, C. More than popcorn. *Food and the city- Il cibo e la città*. **VII Congresso AISU**, set 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/39084131/More_Than_Popcorn
- MAGALHÃES, B. **Simulação e estratégias de manejo da cultura do milho para mitigar efeitos de mudanças climáticas**. Dissertação de M., Programa de Pós-Graduação em Ciências Agrárias da Universidade Federal de São João Del Rei, Campus Sete Lagoas. São João Del Rei: Brasil, 2017.
- MASON, P. & LANG, T. *Sustainable diets*: Oxon, Reino Unido: Routledge, 2017.
- McCLELLAND, W. The supermarket and Society. **Sociological review**, Londres, v. 10, n. 2, p. 133-144, 1962.
- MELCHIOR, M. (Org). **Gastronomia, cultura e memória – por uma cultura brasileira do milho**. Rio de Janeiro: Folio digital: Letra e Imagem, 2017.
- MONTORO, T. Cinema é alimento para o corpo e a alma. **Comunicação e Informação**, v. 10, n. 1, p. 8-15, jan./jun. 2007.
- OTERO, G. **The neoliberal diet – healthy profits, unhealthy people**. Texas: University of Texas Press, 2018.
- ONU News. **OMS aponta Portugal como referência para prevenir obesidade nas crianças**. 4 mar. 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706141>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.
- PAPABEM alimentar é educar. **Obesidade infantil – um assunto que nos diz respeito**. [S/D]. Disponível em: <<https://papabem.pt/o-que-e-a-obesidade-infantil/>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.
- PIMENTEL, M.; MELCHIOR; L. Reencantamentos e novas apropriações: alimento como vivência e memória na arte brasileira contemporânea. **Esferas**, Brasília, v. 4, n. 6, jan/jun, 2015.
- REDCLIFT, M. Sustainable development (1987–2005)- an oxymoron comes of age. **Special Issue- critical perspectives on sustainable development**. Sidney, v.13, n.4, p. 212-227, 2005.
- RIBEIRO NETO, C. **Formação Política do Agronegócio**. 2018.Tese de Dr., Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Brasil, 2018.
- SAAD, Flávia. A volta da sessão *Coca-Cola* no *Cine Roxy*. **Juicysantos**, Santos, 7 out 2015. Disponível em: <<https://www.juicysantos.com.br/vida-013/nostalgia-santista/a-volta-da-sessao-coca-cola-no-cine-roxy/>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.

SAWAZAKI, E. Milho pipoca. In: **Congresso Nacional de Milho e Sorgo**, 2010, Goiânia. Anais. Goiânia: UFG, 2010. Disponível em : <http://abms.org.br/eventos_anteriores/cnms2010/palestras/010.pdf>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.

SILVA, J. **Agricultura familiar e sustentabilidade**. Nações Unidas Brasil. 2019a. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/artigo-agricultura-familiar-e-sustentabilidade/>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2021.

SILVA, L. Evento apresenta como foi o gerenciamento da obra do primeiro cinema auto-sustentável do Brasil. **Revista Portal de Comunicação**. 22 abr 2019b. Disponível em: <<http://portalrevista.com.br/rascunho-automatgico-79/>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.

SMITH, A. *Popped Culture- A Social History of Popcorn in America*. Columbia: University of North Carolina Press, 1999.

SNS Serviço Nacional de Saúde. **OMS confirma diminuição do excesso de peso e obesidade**. 28 mai. 2018. Disponível em: <<https://www.sns.gov.pt/noticias/2018/05/28/portugal-obesidade-infantil/>>. Acesso em: em 28 de fevereiro de 2021.

SOCIEDADE Ponto Verde. **Missão recicla da SPV quer chegar a 11 milhões hotéis, restaurantes e cafés**. Lisboa, 19 jun. de 2019. Disponível em: <https://www.pontoverde.pt/noticias_detalhe.php?id=409&pagina=1>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.

UN (2015). **Sustainable development agenda-17 goals to transform our world**. Disponível em: <<https://www.unglobalcompact.org/sdgs/17-global-goals>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2021.

UTHUS, E. Is popcorn a healthy snack? It can be! **USDA agricultural research service – U.S. Department of agriculture**, Estados Unidos, 13 Ago 2016. Disponível em: <<https://www.ars.usda.gov/plains-area/gfnd/gfhnc/docs/news-2012/is-popcorn-a-healthy-snack-it-can-be/>>. Acesso em: 12 ago 2019.

WILLET, W. et al. Food in the Anthropocene-the EAT-Lancet Commission on Healthy diets from sustainable food systems. **Lancet**, v.393, p. 447-492, jan 2019.

WILLIAMS, K.; PAGE, R. Marketing to the Generations. **Journal of Behavioral Studies in Business**, v. 5, n.1, p. 1-17, 2011.

WILSON, T. Tasty Selections- an evaluation of gourmet food magazines. **Journal of Agricultural & Food Information**, Londres, v.5, n. 2, p.49-66, Set 2003.

O caso da quinoa: reflexões sobre globalização alimentar

The quinoa case: considerations of food globalization

El caso de la quinua: reflexiones sobre la globalización alimentaria

Pedro Diggelmann | pedro.digg@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5797-2781>

Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba, SP, Brasil.



Recebimento do artigo: 28-fevereiro-2021

Aceite: 08-junho-2021

DIGGELMANN, P. O caso da quinoa: reflexões sobre globalização alimentar.

Revista Mangút: Conexões Gastronômicas. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 72-83, dez. 2021.

RESUMO

Este artigo aborda a globalização alimentar e suas consequências a partir do caso da quinoa na Bolívia. Usando este produto, em específico, como exemplo de uma troca transcultural de alimentos, serão analisados os dados fornecidos pela reportagem do The New York Times, de 2011, e pelo infográfico preparado pela FAO, baseado no estudo do doutorando em economia ambiental e desenvolvimento do autor Enrico Avitabile, de 2014, relacionando-os com fatores históricos e sociológicos e conceitos próprios dos estudos de alimentação. O artigo tem como objetivo discutir o caso e a partir dele expor paradoxos que estão inseridos na área de alimentação. Enfatizando as consequências da exposição global do produto, antes consumido por um sistema alimentar pontual, destacam-se, como formas de amenizar os efeitos negativos desse processo, a presença de movimentos como o *slow food* e iniciativas de desenvolvimento do mercado interno nas áreas onde o consumo do produto é tradicional.

Palavras-chaves: Gastronomia; Globalização; Alimentação; Quinoa;

ABSTRACT

Based on the quinoa case in Bolivia, this article brings an approach about food globalization and its consequences. Using this product as a particular example of the food transcultural exchange, data will be analysed from the 2011's The New York Times report and the 2014's infographic by FAO, based on Enrico Avitabile's study, a doctoral student in environmental and development economics, and linked to historical and social factors along with food studies concepts. This article seeks to discuss this case and by that, to expose the paradoxal relations connected to the food area. Having the consequences of the global exposure of this product at the center of the discussion, some ways to diminish the negative effects of this process are involved with the presence of civil movements, as the slow food movement, and public policies of development of the domestic markets where the product is traditionally consumed.

Keywords: Gastronomy; Globalization; Food; Quinoa;

RESUMEN

Basado en el caso de la quinua en Bolivia, este artículo aporta un enfoque sobre la globalización alimentaria y sus consecuencias. Utilizando este producto como ejemplo particular del intercambio transcultural de alimentos, se analizarán los datos del informe The New York Times de 2011 y la infografía de la FAO de 2014, basados en el estudio de Enrico Avitabile, estudiante a doctorado en economía ambiental y del desarrollo, y vinculado a factores históricos y sociales junto con los conceptos de los estudios alimentarios. Este artículo busca discutir este caso y, con él, exponer las relaciones paradójicas relacionadas con el área de la alimentación. Teniendo las consecuencias de la exposición global de este producto en el centro de la discusión, algunas formas de disminuir los efectos negativos de este proceso están involucradas con la presencia de movimientos civiles, como el movimiento slow food, y las políticas públicas de desarrollo de la economía doméstica. mercados donde tradicionalmente se consume el producto.

Palabras claves: Gastronomía; Globalización; Alimentación; Quinua;

INTRODUÇÃO

Na atual sociedade global, desenvolvida no período pós-moderno, onde as distâncias entre as comunidades parecem cada vez menores, se torna difícil encontrar hábitos culturais que ainda não tenham sido exportados. Os avanços tecnológicos das últimas décadas e o crescimento de um mercado mundial permitiram um grande intercâmbio não apenas de informações ou produtos, mas também de comportamentos e hábitos culturais.

O transporte de alimentos de seu local de origem para qualquer outro local do globo é hoje uma realidade bastante comum, permitindo que diferentes povos tenham acesso ao mesmo tipo de produto. Contudo, as exatas configurações físicas, sociais e simbólicas que envolvem o consumo de determinado alimento em seu local de origem dificilmente podem ser reproduzidas em todos os destinos para onde este alimento viaja. Este fato pode, muitas vezes, transformar o contato que os indivíduos têm com este alimento, não somente em um novo local, mas também em seu local de origem, gerando rupturas, mudanças simbólicas, comportamentais, econômicas e sociais.

É baseando-se neste intercâmbio, muitas vezes fragmentado ou parcial, de modelos alimentares e seus alimentos fundamentais que este artigo se propõe a discutir o caso da quinoa – o super alimento, de origem e tradição andina, mas hoje muito consumido em diversos locais do mundo, um exemplo contemporâneo de globalização alimentar – e extrair deste caso algumas relações próprias da globalização que podem ser encontradas em outras questões alimentares mundialmente.

Para isso, serão utilizados como base uma reportagem do *The New York Times* (ROMERO e SHAHRIARI, 2011, p. A6) e um infográfico preparado pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura - FAO (FAO, 2014), ambos tratando o tema da globalização do consumo da quinoa e suas consequências. Estes dados serão então discutidos e relacionados com alguns conceitos dos estudos de alimentação sobre globalização alimentar, como o espaço social alimentar de Poulain (POULAIN e PROENÇA, 2003), o triângulo das escolhas alimentares de Belasco (BELASCO, 2018) e outras reflexões acerca do tema.

O artigo se encontra dividido em duas partes. Na primeira parte o referencial teórico, com os conceitos mencionados e alguns comentários sobre globalização e alimentação. A segunda parte apresenta os dados obtidos sobre o caso da quinoa, com o detalhamento e análise da reportagem e do infográfico já mencionados. Considerando os pontos positivos e negativos apresentados por estas fontes no fenômeno de crescimento do consumo do grão, bem como uma possível interpretação dos dados utilizando os conceitos apresentados no referencial teórico.

GLOBALIZAÇÃO E ALIMENTAÇÃO

Com os hábitos modernos da globalização surgem novas necessidades. Cada vez mais conectadas entre si, as populações mundiais, antes isoladas, experimentam um grande intercâmbio cultural, troca de experiências e conhecimentos baseada no desconhecido, favorecida por ele e dele desmanteladora.

Este intercâmbio não é algo novo para a humanidade, mas a intensidade com a qual o mesmo vem ocorrendo nas últimas décadas é reflexo da integração mundial causada pelo

desenvolvimento tecnológico, sobretudo nas comunicações, pela reestruturação do sistema capitalista no pós-guerra, predecessora do surgimento de uma nova economia mundial com base na informação e no deslocamento espacial da força de trabalho, e pelas movimentações políticas de aproximação entre as Federações, como exemplo, a União Europeia. Tudo isso tem como consequência novos meios de produção, transporte e difusão de produtos e ideologias (GIDDENS, 2005, p. 61-62).

No centro cultural da globalização encontra-se a alimentação que, em uma definição simples e objetiva, representa a forma como o ser humano supre suas necessidades nutricionais. Enquanto, em uma interpretação mais ampla e sociologicamente relevante, representa a forma como cada sociedade humana resolveu a questão da fome de sua forma particular e característica, levando em conta suas tradições, hábitos e preceitos.

A alimentação é, após a respiração e a ingestão de água, a mais básica das necessidades humanas. Mas como "não só de pão vive o homem", a alimentação, além de uma necessidade biológica, é um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos, estéticos etc. (CARNEIRO, 2003, p. 1)

Assim como outras manifestações culturais, a alimentação e a comida são parte do referencial simbólico que molda e é moldado pela identidade de um povo, permitindo o reconhecimento de si mesmo e do outro pelo que se come, como se come, quando se come, etc. Para Castro et. al. (2016, p. 19) "O ato alimentar é compreendido assim como um aspecto que permite uma observação abrangente e uma possível compreensão da alteridade".

Ao discorrer sobre a conquista da independência por diversos países europeus no século XX, Albert (2011, p. 196) afirma que esse período de emergência das nacionalidades coincide com um período de extensa produção de literatura gastronômica. A alimentação estava sendo usada como ferramenta política e cultural para a construção de uma identidade nacional, agindo na coesão de grupos de pessoas que procuravam em seu modo de comer uma maneira de se diferenciar de outros povos, ou até mesmo, exercer uma soberania nacional através de suas características culinárias. Para Levi-Strauss (apud ALBERT, 2011, p. 191)

A culinária de uma sociedade é uma linguagem na qual ela traduz inconscientemente sua estrutura, a menos que, sem o saber, restrinja-se a revelar suas contradições.

É fato que a necessidade de se nutrir é unidade entre todas as sociedades humanas, mas não a forma de fazê-lo, pois esta é objeto cultural específico de cada povo, e o sendo, é passível de exportação dentro da sociedade globalizada: aos poucos, o incomum e o exótico tornam-se o comum e o tradicional, atravessando as distâncias físicas ou simbólicas entre as sociedades.

É importante perceber que as exportações alimentares que acontecem no mundo globalizado não giram em torno apenas do alimento, da comida, pois a alimentação engloba um conjunto complexo de hábitos e símbolos que se baseiam no consumo de um alimento, mas não se limitam a ele. Logo, não apenas os alimentos característicos de um determinado povo estão disponíveis globalmente, mas peculiaridades de um modelo alimentar também podem ser compartilhadas. Um breve exemplo é como os processos de ocupação das cidades levaram a um modo de vida urbano com diversas implicações na comensalidade e no acesso aos alimentos (GARCIA, 2004).

Uma forma, bastante didática, de pensar um modelo alimentar é através do espaço social alimentar. Conceito criado por Jean-Pierre Poulain (POULAIN, 2003, p. 251-254), o espaço social alimentar é designado como o espaço de liberdade determinado pelas

condicionantes fisiológicas e biológicas (capacidades individuais), ecológicas (capacidades do meio) e pela cultura onde atuarão as escolhas alimentares de um indivíduo.

De acordo com o autor, existem seis dimensões do espaço social alimentar: o espaço do comestível, o sistema alimentar, o espaço do culinário, o espaço dos hábitos de consumo, a temporalidade alimentar e o espaço de diferenciação social.

O espaço do comestível representa o conjunto de produtos alimentares ofertados a um grupo social pelo seu meio natural, articulado com as representações simbólicas da cultura, atrelada a este povo, para cada produto (POULAIN, 2003).

O sistema alimentar corresponde às estruturas de produção e transformação que permitem ao alimento chegar ao consumidor: o cultivo, a colheita, a distribuição; regidos por conceitos naturais, mas também sociológicos, visto que seu funcionamento depende de interações sociais (POULAIN, 2003).

O espaço do culinário engloba as ações técnicas, simbólicas e rituais relacionadas à preparação de um alimento. Tem sentido geográfico, na cozinha como local concreto e sua localização espacial, mas também sentido social, pautado nos personagens a atuar nas atividades da cozinha (POULAIN, 2003).

O espaço dos hábitos de consumo está pautado no ato de se alimentar e nos costumes, regras e rituais que envolvem este ato, como o número de refeições, os utensílios usados, as regras de etiqueta, etc. (POULAIN, 2003).

A temporalidade alimentar trata da influência da contagem humana do tempo na alimentação como um todo e dos ciclos temporais em que se encontram os indivíduos, sejam eles naturais, como o próprio ciclo da vida, onde se tem alimentação diferente dependendo do momento do ciclo, ou sociais, como períodos festivos ou de jejum (POULAIN, 2003).

Por fim, o espaço de diferenciação social delimita os padrões identitários, as escolhas alimentares baseadas em grupos sociais distintos, que podem pertencer ou não à mesma cultura (POULAIN, 2003).

Uma determinada configuração destas dimensões forma um modelo alimentar, os preceitos que uma sociedade possui para realizar uma escolha alimentar, e que pode ter suas peculiaridades transmitidas em um mundo globalizado (POULAIN, 2003, p. 251-254).

A transmissão de culturas alimentares entre sociedades no mundo é apenas uma das facetas da relação entre alimentação e globalização. Em suas reflexões, Proença (2010, p. 43-46) apresenta diversos produtos desta relação, como o processo de distanciamento humano em relação ao alimento. Para a autora, as formas de produção e distribuição de alimentos no mundo moderno vêm causando uma "ruptura espacial e temporal" no nosso contato com eles.

Em contradição aos tempos antigos em que se tinha conhecimento dos processos e caminhos que traziam os alimentos à mesa, nos tempos modernos é possível efetuar uma refeição com produtos dos quais nada se sabe sobre sua produção e local de origem. Estes podem ter sido produzidos fora da época ou local em que comumente existem. E esta não é a única causa do distanciamento, perpassando ainda por processos de industrialização, biogenética, novos locais de alimentação que não o doméstico, concepção espacial das cozinhas e ambientes de alimentação e tendências gastronômicas, como a cozinha molecular, baseada na desconstrução do conhecido (PROENÇA, 2010, p. 43-46).

A globalização alimentar já vinha sendo disseminada, em pequena escala, antes até da disponibilização de novos produtos com as grandes navegações no século XV. Contudo, no século XIX, com os processos de industrialização, o transporte de tais produtos se tornou mais rápido e barato, enfatizando uma forte mestiçagem cultural com as imigrações. A mundialização de mercados, conceito criado por Fischler nos anos 90, apresenta três movimentos distintos: “desaparecimento de alguns particularismos, emergência de novas formas alimentares resultantes do processo de mestiçagem e difusão em escala transcultural de alguns produtos e práticas alimentares” (POULAIN, 2013, p. 40).

Sob uma outra perspectiva - do indivíduo que efetua a alimentação -, baseado nas ofertas do mundo globalizado é necessário efetuar uma escolha alimentar. Decidir o que comer, quando comer e onde comer são decisões que compõem esta escolha, e se fundamentam nos preceitos que guiam um indivíduo do mundo moderno em suas escolhas alimentares. Em oposição às condições limitantes de produção e distribuição de alimentos que eram apresentadas às sociedades em tempos antigos (ou às comunidades mais pobres nos tempos atuais), hoje existe uma diversidade muito maior de oferta de alimentos mundialmente, sejam eles próprios do ambiente e da cultura em que o indivíduo se encontra ou não.

Debruçando-se sobre a questão, Belasco (2008) introduz um triângulo de escolhas alimentares, o qual é formado por três critérios de realização de uma escolha: identidade, conveniência e responsabilidade. A partir disso busca explicar o que é possível levar em conta ao tomar uma decisão alimentar.

O vértice da identidade está relacionado à identificação do alimento pelo indivíduo como algo que tenha alguma conexão com sua cultura. É neste ponto que um indivíduo conecta sua alimentação com o grupo social ou étnico em que está inserido, levando em conta suas tradições particulares, tornando a comida um mecanismo de pertencimento (BELASCO, 2008).

O vértice da conveniência relaciona-se com a disponibilidade do alimento e com o tempo e o dinheiro que serão utilizados para consegui-lo e/ou consumi-lo. Com a transformação dos sistemas alimentares pela globalização, este critério de escolha tem impulsionado o mercado de produtos industrializados, que são de fácil acesso e rápida preparação (BELASCO, 2008).

E por fim, no vértice da responsabilidade se encontram as questões sobre o efeito do alimento na saúde do indivíduo e no bem-estar da sociedade e do meio ambiente. Aqui será considerada a perniciosidade da escolha alimentar frente ao indivíduo ou sistema como um todo (BELASCO, 2008).

Uma escolha alimentar individual pode se justificar pela consideração de um ou mais desses critérios, atuando conjuntamente às peculiaridades do modelo alimentar circundante (BELASCO, 2008).

Em um mundo globalizado, nem sempre a racionalização destes critérios é consciente, mas com o crescente número de opções, discussões acerca destes critérios são cada vez mais comuns. Muitas vezes tais discussões fazem surgir até mesmo movimentos contrários aos processos de globalização, como exemplos, salientados por Proença (2010), iniciativas como o *slow food*, de valorização de identidades alimentares, ou os chamados restaurantes zero quilômetro e as cooperativas de consumo e produção, preocupados com a sustentabilidade.

As manifestações contra a abertura do primeiro *McDonald's* na Itália em 1974, dito ponto de partida do *slow food*, por exemplo, fizeram com que as discussões sobre as resistências identitárias em relação a alimentação no ramo da industrialização e globalização florescessem, tornando esta pauta relevante em prol da preservação da cultura alimentar.

Fundado em 1986 por Carlo Petrini, o movimento *Slow Food* é uma associação internacional com centenas de milhares de membros em todo o mundo, cujo princípio básico é a valorização do alimento e daqueles que o produzem de forma a respeitar sua qualidade, seu significado social e tradições e o meio ambiente. Movimentos como este fizeram com que se pensasse em diversas formas de recolocar a tradição das práticas culinárias em seus determinados contextos.

É preciso ter cuidado ao se tratar de patrimonialização da alimentação quando esta emerge de uma visão utópica do universo tradicional e rural, pois o repúdio à globalização alimentar, ou seja, à interação transcultural da alimentação, não muda o fato de que as tradições culinárias são mutáveis e passíveis de transformação por fatores externos. Contudo, as mesmas não devem ser perdidas ou exploradas de maneira irresponsável. “A história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, as cozinhas e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência” (POULAIN, 2013, p. 35).

O CASO DA QUINOA

A quinoa é um alimento consumido dentro do sistema alimentar boliviano desde a época pré-colombiana, nos Andes, pelas sociedades Incas. Tal sociedade já consumia e produzia esse produto como parte de sua alimentação base, assim como o amendoim, o milho, a batata-doce, o abacate e a batata (AZEVEDO; SERIACOPI, 2013).

A quinoa (*Chenopodium quinoa*) é representante da família *Chenopodiaceae*, na qual estão classificados também a beterraba e o espinafre. Domesticada há 7000 anos pelas sociedades Inca e Tiahuanacu, a parte da planta comumente consumida são suas sementes, ricas em proteínas como albumina e globulina, aminoácidos como lisina e metionina, além de vitamina E e ômega-6. O grão pode ser utilizado em sopas, refogados, saladas, cereais matinas, bebidas alcoólicas e farinha, que pode compor biscoitos, bolos e pães, sobretudo em dietas celíacas, devido à ausência de glúten (RANA et al, 2019, p. 319).

A partir do momento em que a quinoa foi reconhecida (pela agência estadunidenses de Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço - Nasa e pela FAO, que elegeu 2013 como o ano internacional da quinoa) como um alimento funcional, rico em aminoácidos, o seu consumo e compra aumentaram em diversos países ricos. Apesar desse aumento de consumo ter ampliado a produção e a renda dos agricultores bolivianos, este fato gerou consequências àqueles que consomem o produto dentro dos seus sistemas alimentares (ROMERO; SHAHRIARI, 2011, p. A6).

Segundo a reportagem do *The New York Times* “*Quinoa's Global Success Creates Quandary at Home*”, de março de 2011 (ROMERO; SHAHRIARI, 2011, p. A6), o preço da quinoa triplicou em cinco anos e o consumo deste produto dentro da Bolívia caiu 34% de acordo com os dados do Ministério da Agricultura desse país. Algumas entrevistas realizadas com bolivianos, feitas para esta reportagem, demonstram a substituição da quinoa por outros subprodutos e processados devido à elevação do preço para a população.

A maior parte da produção da quinoa acontece na cidade de Salinas de Garcí Mendoza e, apesar de ter aumentado a demanda de mão de obra em virtude do crescimento agrícola, foi observada uma elevação no índice de desnutrição crônica em crianças justamente nessas localidades de produção.

Outro fator alarmante é a adaptação da cultura alimentar movida pela industrialização. Esses alimentos provindos das grandes indústrias e corporações chegam ao mercado em valores muito mais baixos do que o próprio alimento produzido em suas terras nativas, já que tais produtos são, hoje, produzidos para a exportação.

Apesar das declarações de que o governo boliviano estaria interessado no incentivo do consumo doméstico do produto, disponibilizando-o em pacotes de auxílio para gestantes, por exemplo, o acesso aos produtos industrializados de baixo preço contra o elevado valor da quinoa faz com que a substituição do produto seja mais fácil, prática e barata.

Importante ressaltar que nesta reportagem não foi mencionada uma preocupação governamental de incentivo ao consumo da quinoa com o objetivo de restaurar ou preservar uma cultura alimentar centenária boliviana.

Por outro lado, um infográfico preparado pela FAO em 2014 baseado nos estudos do doutorando em economia ambiental e de desenvolvimento Enrico Avitabile, apresenta uma visão mais otimista, focada nos benefícios que a produção de quinoa na Bolívia vem trazendo para os agricultores e para o país.

Dentre os benefícios, diretos e indiretos, gerados pelo aumento do valor de mercado da quinoa, o infográfico apresenta um aumento de renda e acesso ao crédito pelos agricultores, permitindo a contratação de mais mão-de-obra e maquinário e gerando melhores condições de vida e maior tempo de estudo. Estes, conjuntamente aos investimentos em infraestrutura, contribuem para reverter os fluxos migratórios campo-cidade que afetavam a área.

Como um desafio ambiental, é apresentada a degradação do solo causada pelo cultivo do grão. O estudo aponta que mais de 50% dos agricultores definem o solo como mais pobre. Além da própria degradação, é revelado também o impacto causado na criação de lhamas, mercado tradicional boliviano, o qual vinha decrescendo nos anos anteriores à pesquisa frente ao crescimento das áreas reservadas ao cultivo da quinoa. Além disso, apenas 3 variedades de quinoa, as mais requisitadas para exportação, dominam mais de 75% da produção, causando uma diminuição da biodiversidade do grão.

Sobre o consumo do grão pelos nativos, o estudo admite que realmente houve diminuição comparado ao passado, onde as famílias consumiam a quinoa todos os dias, mas complementa apresentando dados de uma maior variedade alimentar, ou seja, presença de novos alimentos, antes não consumidos. Para os agricultores consultados, suas condições alimentares melhoraram, graças à quinoa. Por fim, o estudo ainda afirma que o consumo de quinoa vem crescendo em anos recentes: de 0,35 kg/ano, em 2008, para 1,11 kg/ano em 2012, mas com déficit de 2012 para 2013.

Num panorama mais recente, em comparação ao artigo do *The New York Times* e o infográfico da FAO, uma reportagem da publicação inglesa *The Economist*, de 2017, apresenta uma visão bastante otimista do processo de globalização alimentar e do fenômeno da quinoa. O artigo defende o processo de expansão global na distribuição de alimentos como uma "tendência feliz", que leva as pessoas a experimentarem novos produtos de novas culturas. A

reportagem indica, também, que o processo de globalização e modernização da agricultura contribuiu para a redução da fome e desnutrição, que caiu de 25% para 14% em crianças menores de 5 anos entre 1990 e 2015, além de elevar o consumo calórico e reduzir os gastos com alimentação de 79% para 54% na renda das famílias entre 1990 e 2012. Quanto a quinoa, o artigo diz que a expansão comercial do produto garantiu melhora para as famílias peruanas próximas às áreas de cultivo, mesmo aquelas que não cultivavam o grão se beneficiaram do aumento de poder aquisitivo dos agricultores que compram mais produtos locais e fazem crescer a economia das regiões. Para a reportagem, a solução para os pontos negativos da exportação da quinoa como “superalimento” não é frear o processo de globalização, e sim se preocupar com a administração dos processos de troca comercial (THE ECONOMIST, 2017).

Também em termos mais recentes, o documentário canadense “*The Superfood Chain*” ou Superalimentos, de 2018, apresenta como está colocada a produção, distribuição e cultivo de 4 produtos comerciais - quinoa, coco, salmão e teff - caracterizados nos últimos anos como “superalimentos”, bem como as implicações culturais que a expansão comercial destes produtos gerou nas populações. Mais especificamente em relação a quinoa, o documentário entrevista algumas famílias de agricultores que cultivam ou cultivavam o grão, as quais explicam que a queda nos preços, devida a entrada de outros países e multinacionais no comércio do produto, tornou o cultivo do mesmo desfavorável. O aumento da demanda mundial de quinoa em 2013 causou até mesmo disputa de terras agricultáveis na Bolívia, devido à migração urbana de pessoas tentando aproveitar a rentabilidade da tendência. De acordo com o documentário, o preço da tonelada caiu de 8000 dólares, em 2013, para 2500, em 2016 (SUPERALIMENTOS, 2018).

Quando se analisa o caso da quinoa é possível perceber a influência da globalização dentro de um sistema alimentar. Os processos que elevaram este produto, tão tradicional de uma cultura, ao patamar de alimento-chave na segurança alimentar do mundo, envolvem mecanismos econômicos, sociais e culturais característicos de uma modernidade mundial integrada.

Primeiramente, a determinação da quinoa como alimento funcional é feita por instituições de renome com influência mundial, ou seja, a própria constatação do valor nutricional deste produto acontece dentro de uma lógica multilocal de conhecimento, onde a difusão de informações é feita de forma internacional.

Contudo, a quinoa ainda é considerada um produto local andino, onde detém, além das mesmas significações nutricionais apreciadas no restante do mundo, um teor simbólico relevante. É possível perceber aqui o choque paradoxal entre o local e o global, constante no mundo moderno globalizado. A quinoa, antes dotada apenas dos sentidos e símbolos atribuídos pela cultura andina, se torna um alimento multifacetado, exportado para diferentes culturas, onde pode sofrer um processo de resignificação, visto que as configurações históricas e sociais do modelo alimentar que contém a quinoa na Bolívia dificilmente podem ser reproduzidas em outros locais onde a mesma será, eventualmente, consumida.

Ao pensar no espaço social alimentar de Poulain e no triângulo alimentar de Belasco, é possível perceber como diferentes escolhas levam ao consumo de quinoa em diferentes partes do mundo, pois o grão transitou entre modelos alimentares diferentes e foi inserido nos mesmos de formas diferentes.

O principal fator de diferenciação é o identitário. Nos países andinos da América do Sul onde tradicionalmente é produzida e consumida, a quinoa faz parte da identidade alimentar

dos povos que ali vivem, está carregada de simbolismos e significados, portanto esta escolha alimentar não se baseia apenas em questões nutricionais.

Outros povos e locais do mundo não possuirão a mesma configuração de sentido para este alimento, logo, os motivos que levarão à esta escolha estarão em outra esfera. Ainda, dependendo do local por onde transite, o grão pode até mesmo estar fora do espaço do comestível, sendo rejeitado pela cultura local.

Quando se leva em conta o fator responsabilidade do triângulo de Belasco, a ponderação parece mais confusa e paradoxal: apesar de ter alto valor nutricional, favorecendo o bem-estar do organismo, a quinoa vem degradando o solo boliviano, como discutido anteriormente, desfavorecendo o meio natural. O senso do que é mais importante é feito por cada indivíduo no momento do consumo. Um ato banal carregado de sentido. Mas ainda assim, o ponto mais comum para justificar o consumo deste alimento em países desenvolvidos é o fator nutricional.

Além do fator nutricional, nas culturas externas às andinas ainda existe a apreciação da novidade. A expansão comercial e cultural deste alimento gerou um bombardeamento de informações na mídia internacional, o que desperta curiosidades. Não é algo que se aprofundará aqui, mas a difusão de tendências parece ser um fator relevante no campo das escolhas alimentares no mundo moderno globalizado, o qual aparentemente não é considerado no espaço social alimentar de Poulain.

Ainda em Poulain, quando consideramos o sistema alimentar que permite a produção da quinoa mundialmente, o mesmo não era possível antes da globalização (GIDDENS, 2005, p. 61-62). O desenvolvimento deste mercado de exportação está baseado numa economia mundial integrada.

Contudo, não se pode afirmar que a existência deste sistema alimentar é uniformemente consciente em todos os lugares. Está presente o conceito de distanciamento de Proença: nem todas as sociedades que consomem a quinoa hoje são conscientes de seu local de origem, sua forma de produção ou até mesmo das consequências destes processos.

Esta relação paradoxal entre o regional e o internacional estabelece os meios de funcionamento da globalização desde o seu início. A exportação da quinoa, sua ressignificação em outras culturas, sua transformação em sua cultura originária, a importação e consumo de produtos importados e ultraprocessados, os símbolos que estes carregam para dentro de culturas tradicionais, a formação de tendências pela novidade etc., esses processos não são exclusivos do caso da quinoa, eles acontecem em relações alimentares de diversos produtos ao redor do mundo, em maior ou menor escala, a todo momento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao colocar em contato mundos antes desconhecidos, a globalização trouxe uma interrelação não apenas entre pessoas, mas entre os seus símbolos, suas crenças, seus hábitos e seus valores. A globalização permitiu ao indivíduo a absorção de novas culturas, mas, ao mesmo tempo, os processos inerentes a este fenômeno, o contato intenso, podem perpetuar transformações em culturas e tradições de forma prejudicial, causando a perda de habilidades e costumes humanos desenvolvidos há longos períodos de tempo e arraigados socialmente a ponto de definirem o cerne de sociedades.

O caso da quinoa é apenas um exemplo de uma microrrelação alimentar dentro de um sistema muito maior e mais complexo, que imbrica questões econômicas, sociais, culturais e ecológicas, todas centradas no ato de se alimentar.

Contudo, a importância e complexidade do todo parece, por vezes, sobrepujar a importância das partes, que não são nem menos relevantes nem menos complexas que o todo. É importante concentrar esforços para que questões globais não influenciem negativamente as questões regionais, pois estas se encontram intrinsecamente ligadas à formação de identidade social e individual, sobretudo na alimentação.

Na alimentação como um todo, exemplos apresentados por Proença, como o *slow food* e o movimento dos restaurantes zero quilômetro, são grandes iniciativas para a preservação da sustentabilidade do meio natural e para a proteção das identidades alimentares.

No caso específico da quinoa, o infográfico da FAO apresentou algumas sugestões para que a exploração deste mercado fosse feita de forma sustentável, como políticas públicas para o desenvolvimento do mercado interno boliviano, sobretudo para este produto; colaboração entre os diferentes pontos responsáveis pela cadeia do grão; conciliação do mercado com a conservação da diversidade genética através de pesquisas da agroindústria sobre as diversas propriedades de diferentes variedades da quinoa; e integração deste mercado com outras atividades econômicas tradicionais da área, como a criação de lhamas e o ecoturismo.

Políticas de "*fair trade*", ou "comércio justo", que visam a seguridade de economias locais, também parecem ser uma alternativa para o desenvolvimento sustentável na produção de alimentos. No documentário *Superalimentos* (SUPERALIMENTOS, 2018), mencionado anteriormente, é apresentado como o governo etíope protegeu a comercialização do grão teff, consumido há milhares de anos e parte fundamental da dieta dos etíopes, através do banimento da exportação deste produto no início de sua popularização. Políticas como esta protegem o mercado interno, tornando os agricultores locais menos vulneráveis às flutuações do mercado mundial e garantindo que um produto tão fundamental em um modelo alimentar específico e suas implicações culturais no dia a dia de um povo não sejam tão irresponsavelmente explorados.

REFERÊNCIAS

ALBERT, J-M. **Às Mesas do Poder: dos banquetes gregos ao eliseu**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

AZEVEDO, G. C.; SERIACOPI, R. **História em Movimento: dos primeiros humanos ao estado moderno**. 2. ed. v. 1. São Paulo: Ática, 2013. 376 p.

BELASCO, W. **Food: The Key Concepts**. Oxford: Berg Publishers, 2008. 158 p.

CASTRO, H. C. de; MACIEL, M. E.; MACIEL, R. Araújo. Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia. **Ágora**. Santa Cruz do Sul, v. 18, n. 07, p. 18-27, jan./jun. 2016.

CARNEIRO, H. **Comida e Sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FAO - Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura. **The impact of the quinoa boom on bolivian Family farmers**. 24 abr. 2014. [Infográfico]. Disponível em: <http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/225070/>. Acesso em: 16 mai. 2021.

GARCIA, R. W. D. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**. 2004, v. 16, n. 4.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

THE ECONOMIST. **In Praise of quinoa: the spread of exotic grains is evidence that globalisation works**. Londres. 11 mar. 2017.

POULAIN, J-P.; PROENÇA, R. P. da C. O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. **Revista de Nutrição [online]**. 2003, v. 16, n. 3, p. 245-256. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rn/v16n3/ao2v16n3.pdf>. Acesso em: 30 de agosto de 2018.

POULAIN, J-P. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Tradução de Rosana Pacheco da Costa Proença, Carmem Sílvia Rial, Jaimir Conte. 2. ed. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2013. 286 p.

PROENÇA, R. P. da C. Alimentação e Globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**. v. 62, n. 4. São Paulo. Out. 2010.

RANA, G.K.; SINGH, N.K.; DESHMUKH, K.K.; MISHRA, S.P. Quinoa: New Light on an Old Superfood: a review. **Agricultural Reviews**. v. 40. 2019. p. 319-323.

ROMERO, S.; SHAHRIARI, S. Quinoa's Global Success Creates Quandary at Home. **The New York Times**. Nova York, p. A6, 20 mar. 2011. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2011/03/20/world/americas/20bolivia.html>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

SUPERALIMENTOS. Direção: Ann Shin. Produção de Ann Shin. Canadá: TVO. 2018.

Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores

Informal sweets trade: challenges for young university entrepreneurs

Comercio informal de dulces: desafios para los jóvenes universitarios emprendedores

Maria Eliza Assis dos Passos | mariaelizapassos@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8953-8258>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Letícia Ferreira Tavares | leticiaferreira@nutricao.ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0001-5205-2994>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

José Antônio Dias de Brito | jjbdias5@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3353-3578>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.



Recebimento do artigo: 23-junho-2021

Aceite: 18-outubro-2021

PASSOS, M. E. A.; TAVARES, L. F. e BRITO, J. A. D. Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 84-97, dez. 2021.

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi caracterizar o perfil socioeconômico e investigar os principais desafios enfrentados pelos comerciantes informais de alimentos participantes de um evento gastronômico realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Os 27 empreendedores da 7ª edição do "Circuito de Doces", realizada em 2018, participaram da pesquisa. A maioria era do sexo feminino (81%), com idade média de 23 anos, aluno da universidade (78%), morador da zona norte da cidade do Rio de Janeiro (70%) e com renda individual de até um salário mínimo (56%). As principais dificuldades apontadas pelos comerciantes foram: manipulação de alimentos, falta de estrutura adequada no local de produção, gestão financeira, divulgação do negócio e planejamento estratégico. O evento "Circuito de Doces" aparece como uma forma de dar suporte, impulsionar as vendas, dar visibilidade e possibilitar o crescimento desses pequenos empreendedores. O presente estudo serviu de base para formulação de intervenções específicas para este público que ocorrerão na forma de cursos de capacitação vinculados a ações de extensão universitária.

Palavras-chaves: Gastronomia; Serviços de alimentação; Comerciante informal; Empreendedorismo; Doce.

ABSTRACT

The objective of the present study was to characterize the socioeconomic profile and investigate the main challenges faced by informal food traders participating in a gastronomic event held at the Federal University of Rio de Janeiro. The 27 entrepreneurs from the 7th edition of the "Circuito de Doces", held in 2018, participated in the survey. The majority were female (81%), with an average age of 23, university student (78%), resident of the North Zone part of the city of Rio de Janeiro (70%) and with an individual income of up to one minimum wage (56%). The main difficulties pointed by traders were: food handling, lack of adequate structure at the place of production, financial management, business disclosure and strategic planning. The "Circuito de Doces" event appears as a way to support, boost sales, give visibility and enable the growth of these small entrepreneurs. The present study served as a basis for formulating specific interventions for this audience that will take place in the form of training courses linked to university extension actions.

Keywords: Gastronomy; Food services; Informal trader; Entrepreneurship; Sweet.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue caracterizar el perfil socioeconómico e investigar los principales desafíos que enfrentan los comerciantes informales de alimentos que participan en un evento gastronómico realizado en la Universidad Federal de Río de Janeiro. Participaron de la encuesta los 27 emprendedores de la 7ª edición del "Circuito de Doces", realizado en 2018. La mayoría eran mujeres (81%), con edad promedio de 23 años, universitarias (78%), residente de la zona norte de la ciudad de Río de Janeiro (70%) y con una renta individual de hasta un salario mínimo (56%). Las principales dificultades identificadas por los comerciantes fueron: manipulación de alimentos, falta de estructura adecuada en el lugar de producción, gestión

financiera, divulgación comercial y planificación estratégica. El evento "Circuito de Doces" surge como una forma de apoyar, impulsar las ventas, dar visibilidad y posibilitar el crecimiento de estos pequeños emprendedores. El presente estudio sirvió de base para formular intervenciones específicas para esta audiencia que se desarrollarán en forma de cursos de capacitación vinculados a acciones de extensión universitaria.

Palabras claves: Gastronomía; Servicios alimentarios; Comerciante informal; Emprendimiento; Dulces.

INTRODUÇÃO

As mudanças no estilo de vida, causadas pelo excesso de atividades e pela falta de planejamento e organização do tempo, acarretaram alterações na alimentação do dia a dia (OPAS, 2019). Houve aumento do consumo de alimentos fora de casa e opções de comidas rápidas, práticas e de baixo custo que estão presentes em todo o mundo, em especial nos grandes centros urbanos (RODRIGUES et al., 2014; ABRAHALE et al., 2019; JESUS, 2020). Destaca-se nesse cenário a comida de rua que compreende uma opção viável para parte da população diante do modo de vida urbano contemporâneo (CARDOSO et al., 2009).

Segundo a Organização Mundial de Saúde (WHO, 1996), comidas de rua são definidas como: alimentos e bebidas preparados e/ou vendidos nas ruas e outros lugares públicos para consumo imediato ou consumo posterior sem processamento adicional ou preparação, o que inclui frutas frescas e vegetais para consumo imediato.

Para Chakravarty e Chanet (1996):

As comidas de rua podem ser classificadas em três categorias: alimentos preparados em fábricas pequenas ou em escala caseira e levados para a barraca de comida de rua para venda; alimentos preparados na casa do vendedor e levados para a barraca de comida de rua para venda; e alimentos preparados na própria barraca de comida de rua e vendidos.

Apesar de serem relevantes nos países em desenvolvimento, os comerciantes ambulantes de alimentos estão presentes por todo o mundo, bem como a comida de rua (JESUS, 2020). A venda de alimentos nas ruas normalmente está relacionada com a preservação da cultura tradicional, certos tipos de alimentos e culinárias (AMSON, 2005; TAYLOR et al, 2000). No Brasil, por exemplo, em cada estado há um "carro-chefe", o tacacá no Pará, a tapioca no Rio Grande do Norte, o queijo de coalho em Pernambuco, o acarajé na Bahia, o espetinho no Rio de Janeiro e o cachorro-quente em São Paulo (GERMANO et al, 2000 *apud* CARDOSO et al., 2009).

A venda informal de alimentos segue a lógica também dentro dos *campi* universitários. A necessidade de alimentação no espaço de estudo e de obtenção de renda para os gastos necessários dentro da faculdade influenciam o surgimento desse tipo de comércio nas universidades (SOUSA et al., 2013). Nonato (2013) relatou que na Universidade Federal de Uberlândia o consumo dos alimentos produzidos por comerciantes ambulantes que trabalham no ramo informal de alimentos é uma prática comum.

Esse comércio, presente dentro e fora das universidades, apresenta faces contraditórias: ao mesmo tempo em que permite para uma parcela da população acesso ao trabalho, renda e melhor qualidade de vida, também pode torná-la vulnerável e vítima do próprio desconhecimento quanto aos cuidados higiênicos com os alimentos, passíveis de transmitirem diversos patógenos, colocando em risco a saúde dos consumidores (CARNEIRO et al., 2014; CARDOSO et al., 2009).

Por isso, é importante o estudo do ambiente alimentar universitário considerando a existência dos comerciantes ambulantes nos *campi*, devido à escassez de dados relativos a este tipo de atividade. Os resultados de estudos que abordem esse tema poderão ser utilizados como subsídios para a sugestão e criação de mecanismos de intervenção, assim como minimizar ou anular os agravos à saúde da comunidade universitária e auxiliar na capacitação desse grupo de comerciantes. Sendo assim, o objetivo deste estudo foi caracterizar o perfil socioeconômico e investigar os principais desafios enfrentados pelos comerciantes informais de alimentos participantes de um evento gastronômico realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

MÉTODOS

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa, de caráter descritivo e exploratório, desenvolvido junto aos comerciantes informais de alimentos participantes da 7ª edição do evento "Circuito de Doces" realizado no Centro de Ciências da Saúde (CCS) do campus da Cidade Universitária da UFRJ em 2018.

O estudo foi constituído por censo dos comerciantes informais que participaram do evento. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário próprio. O pré-teste foi realizado durante a 6ª edição do "Circuito de Doces". O questionário final foi composto de 24 perguntas, incluindo questões de múltipla escolha e abertas, abordando características sociodemográficas, vínculo com a universidade, curso ou setor de trabalho, local de residência, tempo no ramo de alimentação, se o negócio era ou não formalizado, renda individual, dificuldades no cotidiano e nas áreas de produção e manipulação de alimentos, gestão financeira, gestão de pessoas, marketing e planejamento estratégico.

O questionário aplicado foi preenchido pelos participantes do evento sem interferência dos pesquisadores, que foram previamente treinados. Os dados foram tabulados e analisados com a utilização do programa Excel® (Microsoft Office, versão 2016).

RESULTADOS

O total de 27 comerciantes informais participaram do estudo. A maioria era do sexo feminino (81%), com idade média de 23 anos, solteira (89%) e estudante da universidade (78%). Os expositores eram moradores da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro (70%), Baixada Fluminense (22%), Zona Oeste (7%) e outros locais (1%).

A renda individual de 56% dos participantes era de até um salário mínimo/mês, sendo que dessa renda, 40% era proveniente do negócio no ramo da alimentação. Outros proventos relatados foram "ajuda dos pais e responsáveis" (33%) e "bolsas" (30%), como de acesso e

permanência, auxílio, iniciação científica e extensão. A situação econômica dos participantes do "Circuito de Doces" pode ter influenciado o surgimento dos negócios em questão, auxiliando na produção de renda e, desta forma, no caso dos universitários, facilitando a manutenção na universidade.

Além disso, destaca-se que os alunos do Curso de Gastronomia contemplavam 19% da amostra, evidenciando, também, o empreender em função da qualificação que possuem na área. Alunos do curso de Arquitetura e urbanismo (11%), Química (11%) e Nutrição (7%), dentre outros, participaram da edição do evento.

O tempo de existência do negócio variou entre os participantes, de "menos de um ano" (40%) a "mais de oito" (11%), trabalham em seus negócios em média 5,5 horas/dia e 74% é informal ou não-regulamentado, caracterizado por não terem o negócio em questão legalizado.

Questionados sobre as razões pelas quais esses vendedores trabalham no ramo informal de alimentos, destacaram-se "ser independente" e "identificação com a atividade" (Tabela 1).

Tabela 1. Razões pelas quais os participantes da 7ª edição do "Circuito de Doces" trabalham no ramo informal de alimentos. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

Razões para trabalhar no ramo	%*
Ser independente (ganhar meu próprio dinheiro)	67
Identificação com a atividade	59
Ajudar nas despesas de casa	41
Adquirir experiência	33
Custear/ pagar meus estudos	26
Mercado formal de trabalho saturado	19
Sustentar minha família (esposo/a, filhos/as etc.)	15

*Os participantes puderam escolher mais de uma opção de resposta.

Os motivos destacados para "escolher vender doces" foram: demanda do mercado consumidor (59%), seguido da habilidade técnica (52%), gosto pessoal (52%), baixo custo para produção (41%) e oportunidade (4%). Como a grande maioria dos participantes do estudo trabalha sozinha, 78% não possuía dificuldades com relação à gestão de recursos humanos em seu negócio, 7% apresentava dificuldade em treinamento de pessoal e 3% relatou existência de conflitos entre funcionários e problemas para motivar os funcionários em época de baixas vendas.

Estipular a validade dos produtos vendidos é um entrave para grande maioria (74%). Com relação a gestão financeira do negócio, o obstáculo mais vivenciado pelos empreendedores foi "separar as finanças pessoais e a do negócio" (52%), seguido pela dificuldade de calcular o custo dos produtos (30%). Com relação ao planejamento estratégico "elaborar um plano de vendas" não é uma tarefa fácil para 33% dos vendedores avaliados, porém, o mesmo percentual relatou não possuir dificuldade no quesito planejamento

estratégico. As principais dificuldades enfrentadas pelos participantes do "Circuito de Doces" estão descritas na tabela 2.

Tabela 2. Desafios enfrentados pelos participantes da 7ª edição do "Circuito de Doces".
Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

Manipulação e produção de alimentos	%*
Estipular a validade do produto	74
Dúvidas sobre manipulação de alimento	67
Falta de estrutura no local de produção	54
Dúvidas na escolha da matéria prima	41
Não possui dificuldades	41
Dificuldade de armazenamento da matéria prima ou dos produtos	26
Definir fornecedores	22
Padronização do produto	22
Gestão financeira	
Separar as finanças pessoais e do negócio	52
Calcular o custo exato dos produtos	30
Estipular o preço	22
Calcular o lucro	22
Não possui dificuldades	22
Calcular o quanto se gasta e o quanto se ganha	19
Calcular o quanto deve ficar no caixa	7
Desconhecimento de gestão financeira	4
Planejamento estratégico	
Não possui dificuldades	33
Dificuldade de elaborar um plano de vendas	33
Dúvida de como criar um plano de negócios	22
Dificuldades de escolher pontos de venda	19
Dificuldade em elaborar um cardápio	7
Centralização de tarefas	4

*Os participantes puderam escolher mais de uma opção de resposta.

DISCUSSÃO

O evento “Circuito de Doces” é uma oportunidade para novos empreendedores do ramo de alimentação. O ambiente universitário é propício para o desenvolvimento do evento que permite diversificar as opções de escolhas alimentares para comunidade acadêmica e contribui para atividades pautadas no princípio da indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

Foi possível caracterizar os empreendedores informais de alimentos e identificar os principais desafios encontrados por eles relacionados a manipulação e produção de alimentos, gestão financeira e planejamento estratégico. Destaca-se que o questionário utilizado no estudo foi desenvolvido pelos pesquisadores e passou por etapa de pré-teste e ajustes, mas não foi realizado estudo de validação do instrumento. Acredita-se que esta limitação não tenha interferido nos resultados encontrados. Além disso, este é um estudo de abrangência local que reflete o perfil dos vendedores informais de alimentos de um centro universitário do Rio de Janeiro e não do setor como um todo.

Os vendedores de doces participantes da pesquisa refletem a realidade dos locais que residem, que são regiões geograficamente localizadas em áreas econômicas da cidade consideradas de baixa renda e reverberam a realidade de muitos jovens: desemprego e trabalhos/empregos com durações curtas e intermitentes e trabalho informal (SOUZA, 2020; MARQUES, 2020).

Entre as características da vida na contemporaneidade neoliberal, identificamos o desenvolvimento de habilidades e competências que tornam os sujeitos empreendedores de si mesmos e que, ao se assumirem como tal, são capazes de superar dificuldades relacionadas a falta de emprego, educação e saúde (LOUREIRO et al., 2021). Isso reafirma o descrito por Bulgacov e colaboradores (2011), sobre a atividade empreendedora, a depender das características e das condições, pode, por um lado, garantir realização, e por outro, vulnerabilidade. No contexto atual da economia brasileira, o empreendedorismo aparece como fator primordial para o desenvolvimento econômico, principalmente entre os jovens brasileiros (CEZARINO; GARCIA, 2021) cuja participação em ações empreendedoras tem aumentado e via pela qual eles têm ingressado no mercado de trabalho. Para entender essa trajetória é preciso analisar detalhadamente para compreender as características e condições dessas atividades empreendedoras (BULGACOV et al., 2011).

Embora alguns autores vejam o empreendedorismo como uma escolha dicotômica, levando em consideração apenas a relação entre oportunidade e necessidade, algo que todos concordam é que a busca pela independência é uma característica dos empresários da nova geração (ZAMBON, 2021; VALE et al., 2014). Para Beltrami e Verschoore (2021) empreender tem sido a escolha profissional de um número crescente de pessoas, sejam elas motivadas por necessidade em função de contexto econômico, ou por oportunidade. Vale e colaboradores (2014) relataram que o desejo de ser independente geralmente está relacionado com outros motivos: insatisfação com o emprego, necessidade de complementar a renda familiar e flexibilidade do horário de trabalho. Dados que vão ao encontro dos nossos, visto que desejam a independência e se deparam com a necessidade de auxiliar tanto com os gastos dentro da universidade quanto da própria família.

O funcionamento dentro do campus universitário se assemelha às grandes cidades, onde o consumo de comida nas vias públicas é influenciado muitas vezes pela falta de tempo ocasionada pelo acúmulo de atividades. Tal prática fortalece o serviço informal de alimentos que, além de isenção de impostos, oferece baixo custo ao consumidor (MOREIRA da SILVA et al., 2011; SOUSA et al., 2013) e, talvez por isso, seja tão atrativo para a comunidade universitária.

Segundo Perez e colaboradores (2016), um dos alimentos mais consumidos pelo público universitário é o doce, que gera, mais do que outros alimentos, emoções positivas aumentando a motivação por consumi-los, tão logo sejam lembrados ou estejam disponíveis ao alcance da mão, ou seja, ingeri-los é recompensador (SAWAYA, FILGUEIRAS, 2013; PREVIATO, 2018). A rotina, muitas vezes estressante dentro da universidade, pode ser amenizada por um alimento doce que traz bem-estar e conforto, um atrativo aos estudantes, cuja demanda foi reconhecida pela amostra estudada.

Os serviços de alimentação devem adotar procedimentos de boas práticas a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado (BRASIL, 2004). As dificuldades apresentadas pelos participantes do "Circuito de Doce" corroboram com as apontadas por Nonato (2013), Monteiro (2015) e Lima et al (2017) que o comércio informal de produtos alimentícios pode acarretar sérios problemas para os consumidores, devido, entre outros fatores, às inadequações e à dificuldade de controle da qualidade higiênico-sanitária dos alimentos

Todas as pessoas comprometidas no processo de comercializar alimentos em vias públicas precisam conhecer e adotar as boas práticas de manipulação, como forma de garantir a produção de alimentos seguros, que atendam às regras de qualidade higiênico-sanitárias e de qualidade do produto (MONTEIRO, 2015). Apesar disso, segundo Carneiro e colaboradores (2014), nem sempre as determinações legais de controle sanitário são seguidas pelos manipuladores do comércio informal de alimentos. Lobo e colaboradores (2015) reconhecem que o comércio informal de alimentos possui caráter social, permitindo emprego e renda, entretanto, a qualidade do alimento é comprometida pelo desconhecimento sobre higiene e manipulação adequada de alimentos, sendo necessárias ações educativas e de fiscalização.

Estudo realizado na Universidade Federal de Uberlândia concluiu que estabelecimentos comerciais, tanto os regulamentados quanto os não regulamentados, devem ser inspecionados de forma regular e periódica. Além disso, a oferta regular e permanente de cursos de capacitação em Boas Práticas de Fabricação de Alimentos é essencial para garantir a estabilidade da Segurança do Alimento e Nutricional no *campus* universitário, garantindo informações básicas para vendedores/manipuladores de alimentos e esclarecimento de dúvidas a respeito do tema (NONATO, 2013).

O comércio informal de alimentos pode ser entendido como uma realidade de dupla face: absorve um crescente número de sujeitos, favorecendo a geração de emprego, e alimenta parcela da população. Entretanto, constitui risco à saúde dos consumidores, já que os produtos comercializados podem ser facilmente contaminados com patógenos, devido às condições inadequadas do local de preparo, ausência de sistema de abastecimento de água tratada e falta de conhecimento sobre técnicas de manipulação higiênica por parte dos comerciantes (SANTOS et al., 2012). Moreira da Silva e colaboradores (2011) reforçam a importância dos

treinamentos, pois perceberam que os vendedores ambulantes de alimentos treinados de uma universidade do Ceará foram os que armazenavam os alimentos de forma correta. Outros estudos também apontaram a importância da qualificação como estratégia para sanar ou minimizar inadequações no âmbito higiênico sanitário no setor informal de comercialização de alimentos (CARNEIRO et al., 2014; SOUSA et al., 2013; MONTEIRO, 2015; LACERDA et al., 2016).

Além do conhecimento com relação à higiene dos alimentos, é importante para a sobrevivência dos negócios noções de gestão (BITTENCOURT; PALMEIRA, 2012). A adequada gestão financeira do empreendimento contribui para tomadas de decisões mais acertadas uma vez que haja implementação de ações para realização de planejamento, controle e avaliação que permitem maximizar os resultados econômicos e/ou financeiros (CAMARGO, 2020).

Segundo Bulgacov e colaboradores (2011), o jovem empreendedor que busca no empreendimento o atendimento das necessidades de geração de renda encontra, frequentemente, uma forte barreira determinada pelo nível de educação e pela falta de experiência em planejamento de negócios. Os resultados apresentados corroboram com estudo realizado por Bernardes e Miranda (2011), que ao avaliarem quatro pequenas empresas, observaram que três delas não possuem visão econômica definida e não utilizam nenhuma informação gerencial. Nesse estudo, a única preocupação descrita foi com o caixa, porém em uma visão de curto prazo.

A dificuldade na área da gestão de marketing, possivelmente, tem relação com o relato dos participantes do evento de não possuírem recursos financeiros (40%) suficientes para aplicarem na divulgação da marca. A falta de tempo (40%) para uma maior dedicação na explanação da marca também foi um relato presente, talvez pela maioria dos expositores serem alunos da universidade e pelo perfil dos cursos, em sua maioria, de turno integral.

Por serem serviços que comercializam alimentos, o cardápio possui papel importante na manutenção do negócio, cuja criação é fundamental e complexa, visto que deve atrair o cliente e ao mesmo tempo maximizar o lucro (TEICHMANN, 2009). Deve-se levar em consideração a capacidade produtiva do negócio, controlar o custo, de forma que itens de lucratividade variada possam equilibrar o fluxo de caixa (SANDEEP; VINTI, 2009) e, acima de tudo, observar a aceitação dos clientes. Felizmente, o cardápio não foi um item reconhecido como uma dificuldade pelos empreendedores avaliados, entretanto, efetuar um planejamento estratégico coerente foi reconhecido como um entrave por causa da centralização das tarefas, já que muitos entraram nessa empreitada por conta própria e trabalham sozinhos.

Para as empresas de pequeno porte e de gestão familiar, o planejamento estratégico é ainda mais essencial, pois auxilia na melhor maneira de utilizar suas capacidades, minimizando a perda de recursos e de energia em atividades, além de contribuir para a gestão e direcionar os esforços para identificação dos problemas existentes que impedem seu desenvolvimento. O planejamento estratégico procura estabelecer etapas para assegurar que a empresa monitore e defina seu papel dentro do ambiente competitivo (KUSTERS, 2019). Quando não se tem um plano estratégico para a condução dos negócios, fica difícil identificar as necessidades, oportunidades e o tempo necessário para iniciar a implementação das medidas com a devida antecedência. Por isso, é de extrema importância que se conheça o ambiente em que a empresa

está inserida, seus valores, sua visão, seus objetivos e a missão que se propôs a cumprir (CONSENTINO et al., 2011).

A atividade de empreender é experimental e como bem descrito por Bulgacov e colaboradores (2011), empreender é um processo de aprendizagem que, por meio da prática, transforma as identidades e as habilidades dos indivíduos para participar do mundo, para mudar tudo ou alguma coisa, para mudar a si próprios. Apesar de todas as dificuldades apresentadas pelos empreendedores estudados, vale destacar a importância deles no meio universitário. Para Almeida (2013), orientar alunos universitários em como abrir uma empresa faz com que se sintam mais preparados nessa empreitada assim como para o mercado de trabalho.

O comércio informal de alimentos no *campus* da Cidade Universitária da UFRJ surge como uma forma de auxiliar grupos de menor poder aquisitivo a permanecerem na universidade e custear os estudos e despesas pessoais e como ponto de partida na ação de empreender. O evento “Circuito de Doces” aparece como uma forma de dar suporte e impulsionar as vendas desses empreendedores que fazem parte da comunidade universitária, dar visibilidade e possibilitar o crescimento do negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das técnicas possuídas na produção dos doces e do apreço pelos produtos vendidos, os vendedores avaliados possuem variadas dúvidas e dificuldades na administração do negócio. Sendo assim, programas de capacitação para os comerciantes informais universitários de alimentos são uma necessidade, objetivando aumentar a compreensão deste público sobre temas como manipulação de alimentos e legislação sanitária, gestão financeira, gestão de marketing e planejamento estratégico.

Capacitar esse público significa apoiar o empreendedorismo dentro da universidade, garantir de alguma forma um aumento na segurança alimentar dos consumidores dos produtos comercializados e, acima de tudo, possibilitar a manutenção desses negócios no ramo de alimentação. Esse movimento de capacitação ajudará a movimentar a economia do *campus*, gerando oportunidade de obtenção de renda para muitos e garantindo um serviço de qualidade para o público universitário.

Os resultados deste estudo serviram de base para formulação de intervenções específicas para este público que ocorreram na forma de cursos de capacitação vinculados a ações de extensão universitária. Desta forma, contribuindo com o tripé formado pelo ensino, pesquisa e extensão que constitui o eixo fundamental da universidade brasileira.

REFERÊNCIAS

ABRAHALE, K., SOUSA, S., ALBUQUERQUE, G., Padrão, P., & Lunet, N. Street food research worldwide: a scoping review. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 32(2), 152-174. 2019. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30311276/> Acesso em: 20 fev. 2021.

ALMEIDA, G. O. **Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos**. Tese de Doutorado. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Fundação Getúlio Vargas. Brasil, 2013. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11281>>. Acesso em: 27 fev 2021.

AMSON, G. V. **Comércio ambulante de alimentos em Curitiba: perfil de comerciantes e propostas para programa de boas práticas higiênicas na manipulação de alimentos**. Dissertação de M.Sc., Universidade Federal do Paraná. Curitiba: Brasil, 2005. Disponível em: <<https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/34220/R%20-%20D%20-%20GISELE%20VAN%20AMSON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 19 fev 2021.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. Quatro Histórias da Utilização de Informação Econômico-Financeira nas Micro e Pequenas Empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.5, n.3, p. 84-98, 2011. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/231>>. Acesso em: 10 fev 2021.

BELTRAMI, F.; VERSCHOORE, J. R. O Papel das Aceleradoras na Evolução das Startups. **Teoria e Prática em Administração**, p.1-13, 2021. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/JorgeVerschoore/publication/348521769_O_Papel_das_Aceleradoras_na_Evolucao_das_StartupsThe_Role_of_Accelerators_in_the_Evolution_of_Startups/links/6001e8e745851553a04921dc/O-Papel-das-Aceleradoras-na-Evolucao-das-Startups-The-Role-of-Accelerators-in-the-Evolution-of-Startups.pdf>. Acesso em: 18 fev 2021.

BITTENCOURT, M.; PALMEIRA, E. M. Gestão Financeira. **Revista Acadêmica de Economia**, n. 165, Jan, 2012. Disponível em https://www.researchgate.net/profile/Eduardo_Palmeira/publication/239950540_GESTAO_FINANCEIRA/links/54db40bf0cf2ba88a68f8fdc/GESTAO-FINANCEIRA.pdf Acesso em: 20 fev. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC n. 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2004. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/reso216_15_09_2004.html>. Acesso em 18 fev. 2021.

BULGACOV, Y. L. M. *et al.* Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45 n. 3. p. 695-720, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>>. Acesso em: 28 fev 2021.

CAMARGO, E. S. F. **Gestão financeira para negócios em alimentação**. São Paulo: Editora Senac, 2020.

CARDOSO, R. C.V. *et al.* Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.14, n.4, p.1215-1224, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232009000400027&script=sci_abstract&tlng=es>. Acesso em: 16 fev 2021.

CARNEIRO, A. C. L. L. *et al.* Avaliação das condições higiênico-sanitárias durante a produção e comercialização de cachorro-quente, por vendedores ambulantes, no município de Belo Horizonte. **Higiene Alimentar**, v. 28, p. 67-72, 2014.

CEZARINO, M. S.; GARCIA, A. S. Jovem empreendedor: uma análise do perfil e das dificuldades encontradas por jovens empreendedores de Campanha - MG. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 1, p. 112-134, 2021. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/392>>. Acesso em: 24 fev 2021.

CHAKRAVARTY, I.; CHANET, C. Street Foods in Calcutta. **Food, Nutrition and Agriculture**, 1996. Disponível em: <<http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/W3699t/W3699to4.pdf>>. Acesso em: 19 fev 2021.

CONSENTINO, D. V. *et al.* Planejamento estratégico voltado para a gestão e desenvolvimento de uma empresa: Estocar Estofados Guarantã. 2011. **Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UNISALESIANO**, São Paulo. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/54017.pdf>>. Acesso em: 10 fev 2021.

GERMANO, M. I.S. *et al.* Comida de rua: prós e contras. **Higiene Alimentar**, v.14, n. 77, p. 27-33, 2000.

JESUS, A. C. C. **Ambiente alimentar de terminais rodoviários na região metropolitana do Rio de Janeiro**. Dissertação de M.Sc., Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca/Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro: Brasil, 2020.

KUSTERS, D. **Planejamento estratégico e de marketing**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

LACERDA, L. A. *et al.* Aplicação das boas práticas de fabricação por vendedores ambulantes de churrasquinho e na comercialização da carne in natura em Cuiabá - MT. **Higiene Alimentar**. v.30, p. 27-31, 2016.

LOBO, L. N. *et al.* Perfil e discurso de trabalhadores de comida de rua no Recôncavo da Bahia, Brasil. **Revista Visa em Debate**. v.3, n.1, p.82-87, 2015. Disponível em:< <https://visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/download/267/185/2255>>. Acesso em: 15 fev 2021.

LOUREIRO, C. *et al.* Competências e direito de aprendizagem: protagonismo e vulnerabilidade. **Cadernos Cedes**, v. 41, n. 114, p.99-109, 2021. Disponível em:< <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/hM9JkTKx4FjkGzgSjtsbD8j/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 20 mai 2021.

MARQUES, A. P. P. Na Fronteira do mercado de emprego: jovens, trabalho e cidadania. **Trabalho, Educação e Saúde**, v.18, s.1, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198177462020000400501&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 fev 2021.

MONTEIRO, M. A. M. Caracterização do comércio ambulante de alimentos em Belo Horizonte-MG. **Demetra**, v.10, n.1, p.87-97, 2015. Disponível em:< <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/13364/12216>>. Acesso em: 20 mai 2021.

MOREIRA DA SILVA, L. I. M. *et al.* Condições higiênico sanitárias do comércio de alimentos em via pública em um campus universitário. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 22, n. 1, p.

89-95, 2011. Disponível em:

<<http://200.145.71.150/seer/index.php/alimentos/article/viewArticle/1471>>. Acesso em: 10 fev 2021.

NONATO, I. L. **Segurança alimentar e nutricional: capacitação em boas práticas, análise microbiológica e da composição centesimal de alimentos comercializados nos Campi Santa Mônica e Umuarama da Universidade Federal de Uberlândia**. Dissertação de M.Sc., Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia: Brasil, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/12785/1/SegurancaAlimentarNutricional.pdf>>. Acesso em: 23 fev 2021.

OPAS- Organização Pan-Americana de Saúde. Organização Mundial da Saúde. **Alimentação saudável**, 2019. Disponível em: < <https://www.paho.org/pt/topicos/alimentacao-saudavel>>. Acesso em: 18 mai 2021.

PEREZ, P. M. P. *et al.* Práticas alimentares de estudantes cotistas e não cotistas de uma universidade pública brasileira. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.21, n.2, p.531-542, 2016. Disponível em:<https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141381232016000200531&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 02 fev 2021.

PREVIATO, H. D. R. A. **Associação entre neofobia alimentar, craving por doces e uso do alimento como recompensa e prazer com estado nutricional e escolhas alimentares em adolescentes**. Tese de Doutorado, Faculdade de Engenharia de Alimentos/Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Brasil, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/333978>>. Acesso em: 19 mai 2021.

RODRIGUES, B. F. *et al.* O comércio de comida de rua no centro histórico de Salvador – BA: caracterização da oferta de alimentos e aspectos higiênico-sanitários. **Segurança alimentar e nutricional**, v. 21 n. 1, p. 347-358, 2014. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8638932>. Acesso em: 26 fev 2021.

SANDEEP, M.; VINTI, D. *Application of Kasavana & Smith Menu Engineering Model to menu of a resort restaurant- A case study approach*. **Journal of Hospitality Application and Research**, v.4, n.1, p. 41-49, 2009. Disponível em:

<<http://www.publishingindia.com/GetBrochure.aspx?query=UERGQnJvY2h1cmVzfC82NC5wZGZ8LzYoLnBkZg==>>. Acesso em: 16 fev 2021.

SANTOS, M. P. *et al.* Características higiênicas sanitárias da comida de rua e proposta de intervenção educativa. **Revista Baiana de Saúde Pública**, v. 36, n.4, p. 885-898, 2012. Disponível em: <<http://files.bvs.br/upload/S/0100-0233/2013/v36n4/a3782.pdf>>. Acesso em: 27 fev 2021.

SAWAYA, A. L; FILGUEIRAS, A. "Abra a felicidade"? Implicações para o vício alimentar. **Estudos Avançados**, v.27, n.78, 2013. Disponível em:

<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142013000200005>.

Acesso em: 22 fev 2021.

SOUSA, H. W. O. *et al.* Comércio ambulante de alimentos: condições higiênico-sanitárias e perfil de comerciantes ambulantes. **Revista TEMA**, v. 14, n. 20/21, 2013. Disponível em:

<<http://revistatema.facisa.edu.br/index.php/revistatema/article/view/166>>. Acesso em: 24 fev 2021.

SOUZA, R. L. Um breve comentário do mercado de trabalho do Brasil. **Revista de Ciencias Empresariales y Sociales**, v. 2, n. 3, 2020. Disponível em: <<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/empresarialesysociales/article/view/764/801>>. Acesso em: 28 fev 2021.

TAYLOR, D. S. *et al.* Street Foods in America - A True Melting Pot. In: SIMOPOULOS, A.P.; BHAT, R.V. (Ed.). Street foods. **World Review of Nutrition and Dietetics**, v. 86, p. 25-44, Basel, Karger: 2000. Disponível em: <<https://www.karger.com/Article/Abstract/59732>>. Acesso em: 28 fev 2021.

TEICHMANN, I. M. **Cardápios: técnicas e criatividade**. 7ª ed. Caxias do Sul: **Educs**, 2009.

VALE, G. M. V. *et al.* Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n.3, art. 4, p. 311-327, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>>. Acesso em: 28 fev 2021.

WHO - World Health Organization. **Essential Safety Requirements for Street-Vended Foods**. Jul 1996. Disponível em: <<https://www.who.int/foodsafety/publications/street-vended-food/en/>>. Acesso em: 19 fev 2021.

ZAMBON, S. A. **O empreendedorismo e suas características comportamentais: uma análise da percepção da atitude empreendedora em teses publicadas no Brasil de 2007 a 2019**. Tese de Doutorado, – Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade/Universidade Federal de São Carlos. São Carlos: Brasil, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14001>>. Acesso em: 19 mai 2021.

A influência dos engenhos de rapadura do sítio Moitinga para a gastronomia Ubajarense

*Brazilian rapadura mills influence at sítio Moitinga in Ubajara's
gastronomy*

*La influencia de los trapiches paneleros en el sítio Moitinga en la
gastronomía de Ubajara*

Josilane Mendes Cavalcante | josilane.cavalcante2813@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8623-5972>

Instituto Federal do Ceará (IFCE), Ubajara, CE, Brasil.

Patrícia Campos Mesquita | patricia.campos@ifce.edu.br
<https://orcid.org/0000-0002-1250-3022>

Instituto Federal do Ceará (IFCE), Ubajara, CE, Brasil.

Claudia de Sousa Rodrigues | claudiasousar@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1877-6726>

Instituto Federal do Ceará (IFCE), Ubajara, CE, Brasil.

Recebimento do artigo: 28-fevereiro-2021

Aceite: 07-junho-2021



CAVALCANTE, J. M.; MESQUITA, P. C.; RODRIGUES, C. S. A influência dos
engenhos de rapadura do sítio Moitinga para a gastronomia Ubajarense. **Revista
Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2,
p. 98-111, dez. 2021.

RESUMO

A produção de rapadura no Nordeste data do século XVI. O Ceará é um dos maiores produtores de rapadura. As regiões do Cariri e Serra da Ibiapaba destacam-se pela produção de rapadura. Ubajara, município localizado na microrregião da Ibiapaba, mesorregião do Noroeste do Ceará, Brasil. Neste município, alguns engenhos de rapadura estão instalados no Sítio de Moitinga. A produção de rapadura e derivados é realizada artesanalmente pelas famílias caracterizando-se pela hereditariedade da produção. Os engenhos de rapadura movimentam a economia da localidade. O estudo analisou a cultura alimentar da rapadura na gastronomia e sua influência na alimentação local. A pesquisa foi realizada em duas etapas: (1) realização de levantamento histórico-cultural dos engenhos da região, seguida de visitas aos engenhos produtores de rapadura. (2) aplicação de questionário semiestruturado aos seus fundadores/proprietários, para identificação da cultura alimentar e a importância da rapadura e de seus produtos para gastronomia local. O estudo identificou a importância socioeconômica da rapadura e das preparações culinárias, bem como a influência exercida pelos engenhos na gastronomia na comunidade e no município.

Palavras-chaves: Gastronomia; Ibiapaba; Cultura alimentar; Cana-de-açúcar; Açúcar não centrifugado.

ABSTRACT

Brazilian rapadura production in the Northeast dates from the 16th century. Ceará is one of the biggest rapadura producers. The regions of Cariri and Serra da Ibiapaba stand out for the production of rapadura. Ubajara, a municipality located in the microregion of Ibiapaba, mesoregion of the Northwest of Ceará, Brazil. In this municipality, some rapadura mills are installed at the Sítio Moitinga community. The production of rapadura and derivatives is handcrafted by the families, characterized by the heredity of the production. The rapadura mills drive the local economy. The study analyzed the rapadura food culture in gastronomy and its influence on local food. The research was carried out in two stages: (1) carrying out a historical and cultural survey of the mills in the region, visits to the rapadura producing mills. (2) applying a semi-structured questionnaire to its founders/owners, identifying the food culture and the importance of rapadura and its products for local gastronomy. The study identified the socioeconomic importance of rapadura, culinary preparations and the influence exerted by mills on gastronomy in the community and the municipality.

Keywords: Gastronomy; Ibiapaba region; food culture; sugarcane; non-centrifuged sugar;

RESUMEN

La producción de panela en el noreste data del siglo 16. Ceará es uno de los mayores productores de Panela. Las regiones de Cariri y Serra da Ibiapaba se destacan por la producción panelera. Ubajara, municipio ubicado en la microrregión de Ibiapaba, mesorregión del Noroeste de Ceará, Brasil. En este municipio, algunos trapiches paneleros están instalados en el Sítio Moitinga. La producción de panela y derivados es artesanal por las familias, caracterizándose por la herencia de la producción. Los trapiches paneleros mueven la economía local. El estudio analizó la cultura alimentaria panelera en la gastronomía y su influencia en la comida local. La investigación se llevó a cabo en das etapas; (1) realización de un relevamiento

histórico y cultural de los trapiches de la región, seguido de visitas a los trapiches productores de panela. (2) aplicación de un cuestionario semiestructurado a sus fundadores/propietarios, identificación de la cultura alimentaria y la importancia de la panela y sus productos para la gastronomía local. El estudio identificó la importancia socioeconómica de la panela y las preparaciones culinarias, así como la influencia que ejercen los trapiches en la gastronomía de la comunidad y del municipio.

Palabras claves: Gastronomía; Ibiapaba; Cultura alimentario; Caña de azúcar; Azúcar no centrifugado

INTRODUÇÃO

A cana-de-açúcar (*Saccharum officinarum* L.) é o terceiro maior cultivo brasileiro em área plantada, atrás apenas da soja (*Glycine max*) e do milho (*Zea mays*) (GAROFALO et al., 2020). Em 2019/20, os canaviais ocupavam 10.039,1 mil hectares, ou seja, 11,8% do total nacional de área plantada em todo país (CONAB, 2020). Além disso a lavoura canavieira tem importante identidade cultural tanto nos trabalhos industriais como também nos engenhos de rapadura. O Brasil destaca-se no cenário da produção mundial, apresentando variedades que supre as diversas necessidades dos produtores. Através da cana-de-açúcar podem-se obter diversos produtos, incluindo a cachaça, o melaço e a rapadura, produto este de origem artesanal, considerado um alimento (SEBRAE, 2005), sendo também ingrediente principal para muitas preparações culinárias por todo o mundo.

A origem da rapadura deu-se nas ilhas Canárias, ilhas espanholas do Atlântico, possivelmente no século XVI, não somente como um doce, mas, também, como uma solução prática de transporte de alimento em pequena quantidade para uso individual. Como o açúcar comumente umedecia e melava, o ladrilho de rapadura acompanhava o viajante que o carregava em sacolas, por ser de fácil transporte e possibilitar prática acomodação, além de resistir durante meses às mudanças atmosféricas (ANDRADE, 2007). A fabricação de rapadura, na realidade originou-se da raspagem das camadas (crostas) de açúcar que ficavam presas às paredes dos tachos utilizados para fabricação de açúcar (NASCIMENTO, 2007).

No Brasil, a rapadura surgiu no mesmo século dos primeiros engenhos de cana-de-açúcar por volta do século XVI (RODRIGUES, 2010). A produção de rapadura no Nordeste é hoje secular, tendo essa produção se espalhado através de algumas áreas interioranas. No Ceará duas regiões se destacam pela existência da pequena produção de rapadura: a do Cariri e a da Serra do Ibiapaba (LIMA; CAVALCANTI, 1999). A cultura alimentar de Ubajara está ligada diretamente a seus colonizadores, tendo uma miscigenação significativa em seus hábitos alimentares (ASSIS; SAMPAIO, 2012).

A rapadura representa, para muitas populações, um dos principais ingredientes culinários para diversas receitas utilizadas no Brasil, principalmente no Nordeste, temos como exemplo o doce de leite com rapadura, doce de jaca, mamão, cocada, pão de mel e pé de moleque dentre outras. A rapadura está ligada a cana de açúcar, não só como um doce, mas sim como um alimento, um remédio (FREYRE, 2007).

Desta forma, este estudo busca avaliar e identificar quais os produtos dos engenhos de rapadura e seus derivados (Batida, Tijolo, Melaço, Açúcar mascavo) influenciam na

gastronomia local, e elencar as preparações culinárias de importância para a cultura gastronômica da região estudada.

MATERIAIS E MÉTODOS

Procedimentos Éticos

O projeto de pesquisa foi submetido ao comitê de ética e pesquisa com seres humanos (CEP) do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Ceará, credenciado pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), conforme os termos da Portaria 196/96, do Conselho Nacional de Saúde, e aprovado sob o número CAAE 96767818.0.0000.5589, parecer: 2.945.255.

A coleta de dados

A pesquisa foi realizada no município de Ubajara, na localidade denominada de Sítio de Moitinga. Ubajara está localizada na microrregião da Ibiapaba, na mesorregião do Noroeste Cearense, no Estado do Ceará, Brasil, com população estimada de 35.047 pessoas, segundo o censo do IBGE, 2020 e área de 423,673 km² (IBGE, 2020).

Para atender aos objetivos propostos, realizou-se um estudo em periódicos, livros e meios digitais utilizando como palavras-chave: Ibiapaba, cultura alimentar, cana-de-açúcar e rapadura, constituindo a primeira etapa da pesquisa. Em seguida, foram elencados 9 engenhos na localidade para participação na segunda etapa. Esta etapa consiste na realização uma pesquisa qualitativa com questionário semiestruturado. Este, foi aplicado aos proprietários dos engenhos em funcionamento e nos inativos que encerraram as suas atividades nos últimos anos, diante das dificuldades encontradas para produzir rapaduras e seus derivados. O questionário também foi aplicado aos moradores da comunidade entorno aos engenhos. Na terceira etapa, foram selecionados 3 engenhos e aplicado um total de 12 questionário semiestruturado aos proprietários e também em algumas famílias relacionadas aos engenhos escolhidos.

A coleta de dados ocorreu no período de julho a agosto de 2018, através do registro das entrevistas de cunho histórico-cultural, relacionadas ao uso da rapadura na alimentação local, buscando verificar quais preparações culinárias são de conhecimento da comunidade e das famílias. Foi indagada se alguma preparação culinária era realizada com rapadura, melaço ou outro derivado da cana-de-açúcar, a fim de fazer um levantamento dessas receitas pertencentes às famílias entrevistadas. No decorrer deste estudo foram citados depoimentos codificados, usando para identificar o pesquisado (P), e para engenho (E), acrescidos dos números dos respectivos entrevistados e empreendimentos.

Universo da pesquisa

O Sítio Moitinga está localizado na cidade de Ubajara, ao norte do interior do município (Figura 1), onde está localizada uma parte significativa da população ubajarense, sendo que uma pequena parte dessa população trabalha na agricultura familiar em pequenas agroindústrias e sua maioria tem como principal fonte de renda a agricultura, com a produção de variadas frutas e hortaliças, inclusive a cana-de-açúcar, muito adaptada à região.

No Sítio Moitinga, onde os engenhos em sua maior parte são unidades antigas, com mais de décadas, geralmente passados de pai para filhos e netos, e que produzem não só rapadura, mas também tijolo e batida, pois a demanda de rapadura não é suficiente para produção local.

A aplicação do questionário foi realizada com pessoas relacionadas diretamente aos engenhos que produzem rapadura e seus derivados, os quais são produtores de cana-de-açúcar, donos dos engenhos, e consumidores de rapadura. De tal modo que, na localidade há uma grande fonte de renda com a produção de cana-de-açúcar, pois está concentrada a maior parte dos produtores de rapadura da cidade nessa região.

Este estudo foi direcionado a nove engenhos da localidade de Sítio Moitinga, dentre os vários existentes no município. A produção de rapadura e seus derivados, como tijolo e batida, são responsáveis por uma porção significativa da economia desta localidade.

Figura 1. Mapa das comunidades, bairros e distritos de Ubajara, CE.



Fonte: http://www.folhaubajareense.com.br/?page_id=164

Sujeitos da pesquisa

Entre os pesquisados, os proprietários, herdeiros, responsáveis pela produção, famílias que vivem no entorno do engenho e homens que trabalham ou já trabalharam nos engenhos de rapadura. Produtores de cana de açúcar que utilizam os engenhos para escoar a produção. Mulheres agricultoras, com produções ativas de cana de açúcar e as filhas e netas de donos de engenhos que utilizam diretamente a produção de rapadura e seus derivados. Tendo como universo da pesquisa, 12 pessoas, sete homens com idade entre 32 e 68 anos, e cinco mulheres com idade entre 32 e 62 anos. Estes sujeitos demonstram que estão diretamente ligados aos engenhos e que essa cultura vem sendo seguida por gerações de indivíduos com idades diferentes entre si, demonstrando, assim, a importância dos engenhos de rapadura não só para a comunidade local mais para toda cidade de Ubajara.

Instrumentos da coleta de dados

O estudo foi realizado primeiramente, através de pesquisa em periódicos, livros e meios digitais como base para a elaboração do referencial teórico sobre o tema. Em seguida, a comunidade do Sítio Moitinga foi visitada e os fundadores e/ou proprietários de engenhos bem como as famílias que vivem no entorno dos engenhos, foram convidados a participar da pesquisa e aqueles que aceitaram foram submetidos a aplicação de questionário semiestruturado contendo 15 perguntas objetivas e subjetivas, de cunho histórico-cultural e econômico-social para coleta de dados com objetivo de identificar a significância da rapadura para a região estudada, bem como a cultura alimentar do uso da rapadura de seus derivados em preparações culinárias tradicionais na localidade. Também, foram realizados registros fotográficos, afim de demonstrar a produção da rapadura e seu uso nas várias preparações culinárias na localidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram encontradas poucas referências sobre a produção de rapadura na Serra da Ibiapaba, e menos ainda, especificamente sobre o município de Ubajara. Esta lacuna, dificulta o entendimento do produto rapadura e a sua produção artesanal como referência cultural e gastronômica dos engenhos tradicionais para o município tendo como ameaça o esquecimento das preparações culinárias típicas, diante do declínio e abandono da atividade na região da Ibiapaba (RODRIGUES; BARBOSA, 2020).

Conforme as observações realizadas nas visitas aos nove engenhos da região do Sítio Moitinga, Ubajara, pudemos constatar que 89% dos engenhos estavam em funcionamento e 11% estavam temporariamente inativos.

Segundo o Censo Agropecuário do IBGE (2017), em 2006 nos municípios de São Benedito, Tianguá, Ubajara e Viçosa, funcionava 339 engenhos de rapadura, que produziram 2.335 toneladas. Em 2017, havia em atividade apenas 136 unidades e foram fabricadas 1.225 toneladas de rapadura. No período, a produção caiu cerca de 52%.

A rapadura, em tempos de mudanças nos hábitos alimentares, e devido aos elevados custos da produção juntamente com uma crescente queda na qualidade da rapadura (RODRIGUES; BARBOSA, 2020) e a substituição do produto pelo açúcar industrializado modificaram os hábitos alimentares dos consumidores de baixa renda, que tinham o produto como parte de sua alimentação básica (GONÇALVES, 2011). Entretanto a produção nunca deixou de existir e, mesmo durante os períodos de crise enfrentados pela agricultura canavieira, alguns donos de engenho continuaram com a sua produção.

Sobre os sete engenhos que estavam em atividade, constatou-se que quatro deles são heranças familiares, sendo passados de pais para filhos e têm em média 20 anos de funcionamento. Na Tabela 1, podemos observar a identificação dos engenhos conforme idade de criação e funcionamento.

Dos nove engenhos visitados, 35% possuem mais de 50 anos de fundação e 65% com mais de 10 anos de funcionamento, significando que a hereditariedade da produção de rapadura e derivados, vem seguindo como forma de perpetuar a atividade na comunidade apesar das dificuldades encontradas durante os anos.

Essa característica de hereditariedade na produção de rapadura foi relatada por Cordeiro, (2013) em seu estudo da atividade rapadureira no município de Pindoretama, Ceará, onde constatou que 71% dos entrevistados herdaram da família os engenhos de cana.

Tabela 1. Identificação dos engenhos com seus anos de criação e funcionamento (idade aproximada).

ENGENHO	ATIVO	INATIVO	ANO DE CRIAÇÃO	ANOS EM ATIVIDADES
Engenho 1	X		1984	34
Engenho 2		X	1958	60
Engenho 3	X		1979	39
Engenho 4		X	1965	53
Engenho 5	X		1995	23
Engenho 6	X		1955	63
Engenho 7	X		2001	17
Engenho 8	X		2006	12
Engenho 9	X		1991	27

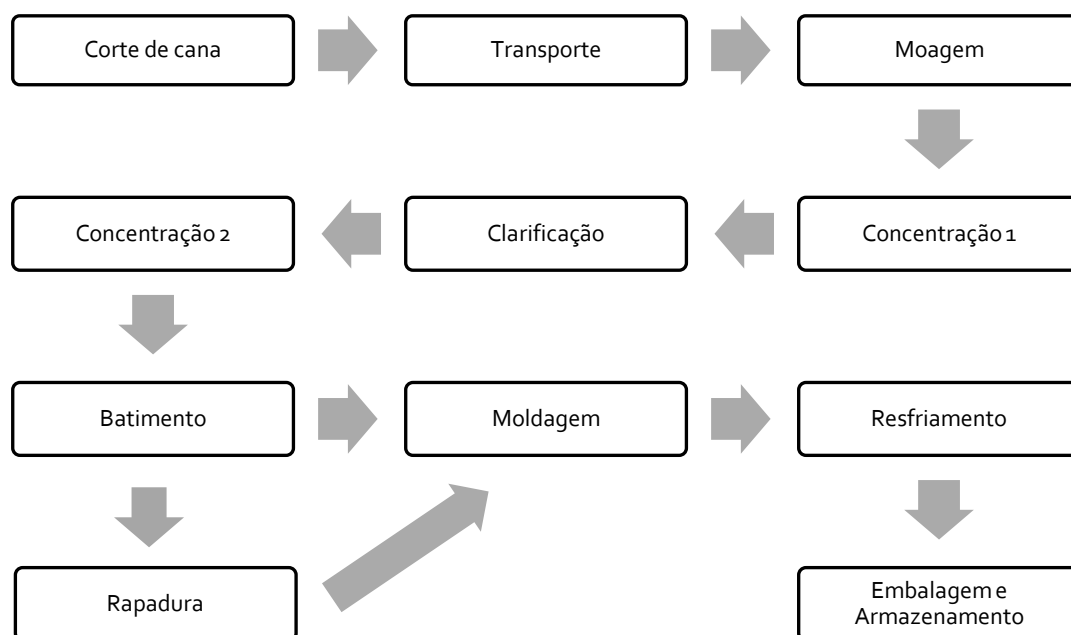
Fonte: Próprio autor

Dos engenhos pesquisados no município de Ubajara, no Sítio Moitinga, pode-se analisar que sete dos nove engenhos possuem mais de duas décadas e apenas dois entre 10 e 20 anos de funcionamento. Dos 9 engenhos, quatro tiveram tração animal, classificado por Quintas, (2007) como engenho de trapiche. Estes foram sendo modernizados, tendo a moenda movida à óleo e em seguida energia elétrica até os dias atuais.

Essa transformação se deu pela grande importância dos engenhos para a região, pois boa parte da economia local vem desta fonte de renda. Durante os anos de produção dos engenhos, estes tiveram que se adaptar às mudanças na alimentação da população e começaram a produzir não só rapadura, mas também batidas que se diferenciam pela adição de especiarias (Cravo e/ou erva doce) ou o coco e leite à massa cozida, batidas em gamela pequena de madeira, possui consistência macia e por ser embalada na folha da bananeira. Já o tijolo, é caracterizado pela adição do caule triturado do mamoeiro ou fruta à massa cozida. Produções essas já com compradores certos, que adquirem o produto para ser distribuído em vários lugares do país, sendo consumido por inúmeras pessoas. A produção da rapadura está demonstrada no fluxograma da Figura 2.

Dos nove engenhos pesquisados, apenas um produz exclusivamente tijolo (Engenho 09), dois produzem apenas rapadura (Engenhos 4 e 6) e seis produzem rapadura, tijolo, batidas e melaço.

A maioria dos engenhos produz rapaduras, tijolos, batidas de 100 g, 200 g, 400 g 500 g 800 g e até um 1,5 kg, sendo produzidos de acordo com o pedido do cliente. Em média, os engenhos produzem 40 pacotes com 100 unidades, que significa 4.000 unidades por dia, sendo a produção direcionada para um tipo de produto. Na Tabela 2 podemos visualizar a produção dos engenhos da localidade de Sítio Moitinga.

Figura 2. Fluxograma de Produção da Rapadura

Fonte: Adaptado Chaves (2008)

Tabela 2. Produção dos Engenhos da localidade de Sítio Moitinga.

	RAPADURA	TIJOLO	BATIDA	MELAÇO
Engenho 01	X	X	X	X
Engenho 02	X	X	X	X
Engenho 03	X	X	X	X
Engenho 04	X			
Engenho 05	X	X	X	X
Engenho 06	X			
Engenho 07	X	X	X	X
Engenho 08	X	X	X	X
Engenho 09		X		

Fonte: Próprio autor

Com exceção do melaço, o tijolo e a batida seguem um fluxograma bem parecido, só se diferencia por adição de alguns ingredientes, como no caso do tijolo, e adiciona-se na massa cozida, o caule do mamoeiro moído, e no caso da batida que adiciona-se na massa cozida, o cravo, leite, erva doce, coco depende do produtor, ambos processos feitos ao final do batimento sendo todo processo anterior igual da rapadura, como mostra o fluxograma da produção artesanal de rapadura, batida e tijolo, Figura 3 a seguir:

Figura 3. Fluxograma da produção artesanal de rapadura, batida e tijolo nos engenhos da localidade de Sítio Moitinga, Ubajara, CE



Fonte: Próprio autor

Valorização da produção de rapadura e seus derivados

Pode-se analisar durante a pesquisa com os entrevistados, que existe uma valorização significativa da rapadura na comunidade estudada; no entanto essa valorização deveria se estender por toda a região da serra da Ibiapaba, pois o quantitativo de produção que fica para o consumo é irrelevante em comparação com a quantidade comercializada para outras regiões do Ceará e estados do Brasil.

Além da importância na alimentação, os engenhos são significativos para a criação de valores morais e sociais dentro de uma comunidade que sempre buscou sua identidade:

O engenho pra mim foi um dos trabalhos principais da minha vida, porque eu cresci dentro do engenho aprende a acordá cedo, a trabalhar no pesado e ganhar o nosso próprio dinheiro. (PE3 2018).

A produção de rapadura representa também uma fonte para economia local, pois dentro dos engenhos trabalham cerca de oito funcionários, conseqüentemente movimentando a economia não só de quem compra rapadura, mas também de quem vende a cana-de-açúcar matéria prima para essa produção: "É de onde tiramos nosso sustento" (PE1 2018).

Cordeiro (2013) Observou em seu estudo sobre atividade rapadureira no município de Pindoretama, Ceará, que o número máximo de empregos gerados nos engenhos pesquisados foi de 9 empregos, dentre eles, formais e informais e o número mínimo corresponde a 4 empregos e que informalidade predomina no setor em questão.

Todos os proprietários de engenhos relataram ter dificuldades em relação à produção de matéria prima, que é sazonal (julho a dezembro) e para não ficarem sem produção nos meses

do inverno, compram a cana-de-açúcar de outros agricultores, além disso neste período, a produção de rapadura é baixa por ter clima frio, prejudicando a aparência do produto.

Também relataram sobre a falta de políticas públicas que incentivem a formação de cooperativas ou associações que os ajudem a resolver os problemas, bem como indicar a melhor forma de venda dos seus produtos. De forma geral, o custo de produção é alto desde corte da cana até o produto final. Além disso, o produto é pouco valorizado e a sua comercialização é feita direto pelo proprietário, por intermédio de um atravessador que ao final compram com um preço inferior do que realmente custa, conseqüentemente, diminuindo o lucro da produção do engenho.

A maior parte da produção é destinada para fora da região da Serra da Ibiapaba, como Maranhão, Pernambuco e sertão do Ceará enquanto a minoria da produção destina-se ao comércio local e consumo da própria comunidade.

No entanto, uma parcela dos entrevistados relata a importância da produção de rapadura e de seus derivados que são consumidos diariamente. Devendo haver tanto por parte dos produtores de rapadura, como dos de cana-de-açúcar, e, principalmente, dos órgãos públicos um olhar mais significativo para as comunidades produtoras de rapadura e derivados. Buscando implementar novos nichos de mercado destes produtos, através da idealização de festivais gastronômicos com o foco nos engenhos, pois, na zona rural, existem várias comunidades produtoras de rapadura, podendo, assim, dar visibilidade a esta cultura alimentar que vem se perpetuando por décadas dentro do município de Ubajara.

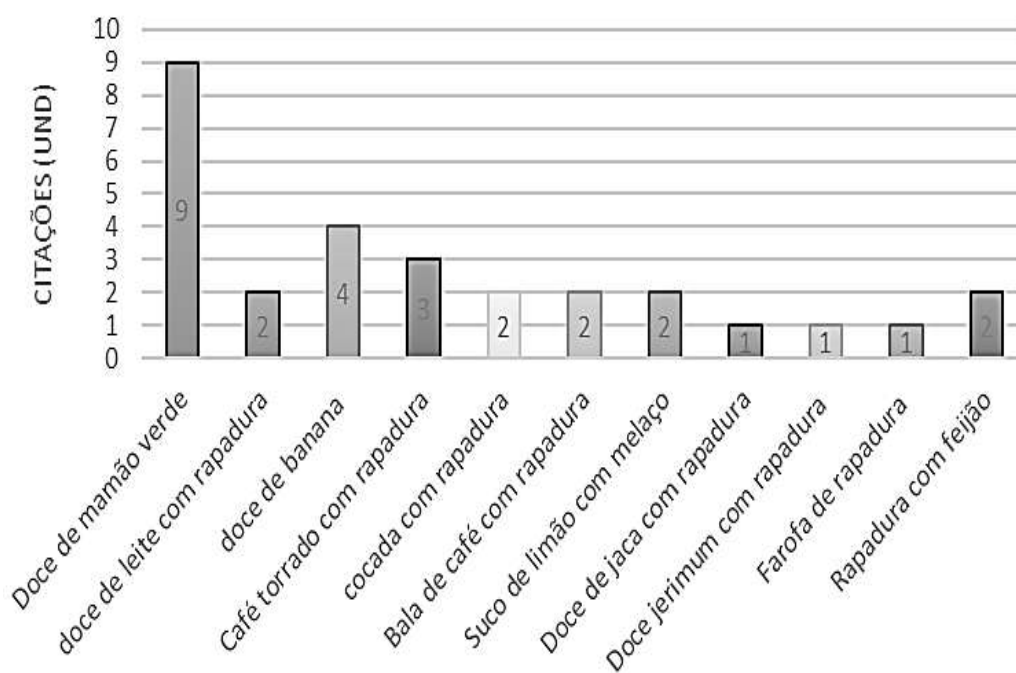
As influências dos engenhos de rapadura do Sítio Moitinga para a gastronomia ubajareense

De acordo com o que pôde ser analisado, as influências gastronômica dos engenhos são percebidas por todos os pesquisados, que cresceram se alimentando com a rapadura, caldo de cana, batida, tijolo, melaço e também com preparações culinárias derivadas como café torrado com rapadura, doce de mamão com rapadura ou melaço, doce de leite com rapadura, caldo de cana com suco de limão, feijão com rapadura fazendo parte alimentação diária desta população, como mostra a figura 4.

Alguns pratos típicos, já não são preparados com tanta facilidade. Podemos destacar a farofa de rapadura que utiliza em sua preparação a farinha de mandioca e a rapadura raspada; a balinha de café com melaço, onde é adicionado o pó de café com melaço ainda morno formando o ponto de bala. Também, a farofa de coco babaçu com rapadura onde é adicionado o coco babaçu à rapadura e a farinha de mandioca em um pilão e pilados até ficarem em ponto de farofa. Essas preparações já fizeram parte do cotidiano da população pesquisada e são um importante marco gastronômico da região.

A gastronomia dos engenhos de rapadura não está relacionada apenas à alimentação, mas também às lembranças sensoriais e emocionais deste povo e sua importância tanto alimentar como afetiva, como pode ser demonstrada:

Era um marco na cultura, pois quando era criança a diversão era o engenho, tomando a garapa, comendo puxo com nata de leite (PE2, 2018).

Figura 4. Preparações culinárias feitas com rapadura na comunidade de Sítio Moitinga, Ubajara, CE.

Fonte: Próprio autor

O entrevistado PE2 também lembra:

Quando a gente era criança era difícil e a merenda que a gente fazia era raspar a rapadura e mistura com a farinha e era a farofa de rapadura e todo mundo comia, por isso acho que foi muito importante para a alimentação (PE2, 2018).

Diante dos dados coletados por meio da entrevista com os proprietários e moradores da localidade, pode se destacar que o consumo de rapadura, tijolo, e batida vem desde décadas atravessando as gerações das famílias pesquisadas demonstrando que a ingestão deste alimento surgiu junto com as dificuldades do povo cearense que vê na rapadura uma fonte de riqueza e que tem por costume consumi-la diariamente, fazendo parte da cultura alimentar desta comunidade.

Como mostra a Tabela 3, o consumo diário ainda faz parte dos hábitos alimentares da comunidade de Moitinga, assim valorizando a cultura alimentar que permanece viva desde a criação da comunidade.

Também demonstra que existe uma memória afetiva de extrema importância na comunidade pesquisada, preservando sua história na alimentação dessa região.

Os engenhos de rapadura também são importantes para a sobrevivência de muitas pessoas em tempos difíceis:

Lembro que eu pequena e era muita gente em casa meu pai trabalhava no engenho, e muitas vezes não tinha açúcar, aí meu pai trazia a cana pra minha mãe bater pra fazer nosso mingau. (PE2, 2018).

A cultura dos engenhos de rapadura é de relevante importância, principalmente para aqueles que necessitam diretamente do trabalho nos engenhos, como também, da população que se beneficia da produção de rapadura, batida, tijolo e outros produtos, em sua alimentação,

Tabela 3. Consumo de rapadura e forma de uso na alimentação da comunidade de Sítio Moitinga, Ubajara, CE.

	CONSUMO DIÁRIO	MELAÇO/ COMO ADOÇANTE	RAPADURA/ COMO SOBREMESA OU <i>IN NATURA</i>	PREPARAÇÕES SALGADAS
Pesquisado 01	SIM	X		
Pesquisado 02	SIM	X	X	
Pesquisado 03	SIM	X	X	
Pesquisado 04	SIM	X	X	
Pesquisado 05	SIM	X		
Pesquisado 06	SIM		X	
Pesquisado 07	SIM	X		
Pesquisado 08	SIM		X	X
Pesquisado 09	SIM		X	
Pesquisado 10	SIM			
Pesquisado 11	SIM	X	X	
Pesquisado 12	SIM	X	X	X

Fonte: Próprio autor

por gerações, assim como para aqueles que já vêm produzindo esses produtos, há décadas, e puderam vivenciar essa relação com a alimentação em várias fases, tanto em tempos de dificuldades, onde a base era a rapadura, como em tempos de mudanças nos hábitos alimentares, onde o consumo de açúcar industrializado e outros adoçantes está em ascensão e o consumo de rapadura em declínio (LIMA; CAVALCANTI, 2001).

No entanto, o consumo de rapadura vem resistindo com o tempo fazendo parte da memória afetiva da comunidade que ainda mantém os hábitos de consumo, inclusive por ser a rapadura de preço acessível e conter elevado teor energético em termos alimentares

CONCLUSÃO

Os engenhos de rapadura do Sítio Moitinga, na cidade de Ubajara possuem representatividade para gastronomia local, constatamos que a hereditariedade da produção e consumo da rapadura e afins continuam presentes na alimentação desta comunidade.

No entanto, com a modernidade, o consumo vem resistindo e o uso da rapadura vem sendo inserido de formas diversas na alimentação em comparação ao tempo dos antepassados.

Há pouco ou nenhum apoio de políticas públicas tanto para valorização cultural quanto para modernização tecnológica da produção de rapadura na região da Ibiapaba. Desta forma a produção continua sendo feita de forma artesanal e rudimentar pelos habitantes da comunidade estudada.

Podemos considerar que a produção e o consumo de rapadura e derivados tiveram e têm grande influência dentro da gastronomia ubajarense, tendo em vista que a comunidade pesquisada se relaciona diretamente com sede do município.

A produção e o consumo da rapadura possuem uma conexão com as memórias afetivas e a cultura alimentar da comunidade, construindo, desta forma, uma alimentação ligada diretamente à identidade gastronômica deste povo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M.C. A Civilização Açucareira. In: Quintas. Fátima (org.). **A Civilização do Açúcar**. Recife: SEBRAE e Fundação Gilberto Freyre, 2007.

ASSIS, R. J. S. de; SAMPAIO, J. L. F. Formação Territorial Do Ceará: Dos Caminhos Antigos Aos Projetos Ferroviários (1817-1877). **Boletim Goiano de Geografia**, v. 32, n. 2, p. 139–157, 2012.

CHAVES, J. B. P. **Como produzir rapadura, melado e açúcar mascavo**. São Paulo: CORPOICA/CIMPA, 2008.

CONAB. (2020). **Acompanhamento da Safra Brasileira de Cana-de-açúcar: safra 2019/2020**. Observatório Agrícola, 6(4), 58. Retrieved from <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/cana/boletim-da-safra-de-cana-de-acucar>

CORDEIRO, W. C. **A atividade rapadureira no município de pindoretama – Ceará: um estudo de caso**. 2013. Universidade Federal do Ceará, 2013. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/32559/1/2013_tcc_wccordeiro.pdf.

FREYRE, G. **Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do nordeste do Brasil**. 5. ed. São Paulo: Global, 2007.

GAROFALO, D. F. T.; Packer, A. P. C.; Ramos, N. P., Kondo, V. Y.; Folegatti, M. I. da S.; Cabral, O. M. R. (2020). **Dinâmica do cultivo de cana-de-açúcar no Brasil – 1990 a 2018**. (D. F. T. G. . . [et Al.], Ed.) (1Ed.). Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente. Retrieved from <https://www.embrapa.br/meio-ambiente>.

GONÇALVES, N. de C. **O fogo não está morto: engenhos de rapadura do Cariri cearense como uma referência cultural na perspectiva das políticas públicas do último quartel do século XX**. 2011. Universidade Federal de Minas Gerais, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/VGRO8NEG37/1/disserta_o_de_mestrado_na_udiney_.pdf.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/ubajara/panorama>. Acesso em: 11 mai. 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo agropecuário Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6618#resultado>. Acesso em: 11 mai. 2020.

LIMA, J.P.R; CAVALCANTI, C.L. **Projeto - Programas setoriais de promoção da competitividade do Nordeste: segmento rapadura**. Recife: SEBRAE/MRE/ MACROTEMPO/ CEPLAN, 1999.

LIMA, J.P.R.;CAVALCANTI, C.M.L. Do engenho para o mundo? A produção de rapadura no Nordeste: características, perspectivas e indicação de políticas. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 32, n. 4 p. 950-974, out-dez. Fortaleza 2001.

NASCIMENTO, M. R. M. do. **D o s s i ê T é c n i c o - Processamento da Rapadura**. 1 ed ed. Brasília: CDT/UNB, 2007.

QUINTAS, Fátima (Org.). **A Civilização do açúcar**. Recife. Sebrae, Fundação Gilberto Freyre, 2007.1992 p. II.

RODRIGUES, L.D. **A cana-de-açúcar como Matéria-prima para a Produção de Bicomcombustíveis: Impactos Ambientais e o Zoneamento Agroecológico como Ferramenta para Mitigação**. 2010. 64 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Análise Ambiental) – Faculdade de Engenharia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010. Disponível em: <http://atividaderural.com.br/artigos/5601927a79cad.pdf> . Acesso em: 26 set. 2018.

RODRIGUES, A.; BARBOSA, H. Declínio da produção de rapadura faz CE ser abastecido por PE. **Diário do Nordeste**, p. 5, fev. 2020. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/regiao/declinio-da-producao-de-rapadura-faz-ce-ser-abastecido-por-pe-1.2208430> .

SEBRAE, **O novo ciclo da cana: estudo sobre a competitividade do sistema agroindustrial da cana-de-açúcar e prospecção de novos compreendimentos**. Brasília: IEL/NC; SEBRAE, 2005.

Tradição e culinária na Estação das Docas, Belém (PA)

Tradition and cuisine at Docas Station, Belém (PA)

Tradición y cocina en la Estación de las Docas, Belém (PA)

Lizandra Barcellos Ladeira | lizandrabellos@id.uff.br

<https://orcid.org/0000-0002-1919-8075>

Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil.

Adriana de Souza Lima | adrianasl@id.uff.br

<https://orcid.org/0000-0001-8442-2400>

Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil.



Recebimento do artigo: 04-março-2021

Aceite: 14-junho-2021

LADEIRA, L. B.; LIMA, A. S. Tradição e culinária na Estação das Docas, Belém (PA). **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 112-132, dez. 2021.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral avaliar a presença de insumos típicos e técnicas de preparo originais nas elaborações comercializadas por restaurantes localizados em um complexo turístico e cultural de Belém do Pará. Para tanto, utiliza-se a revisão de literatura para fundamentação teórica e aplica-se uma entrevista semiestruturada, com seis *chefs* de cozinha de restaurantes típicos localizados na Estação das Docas. A partir da análise das entrevistas à luz da literatura, observa-se as características de tradição presentes nos ingredientes, nas técnicas, no modo de fazer e mesmo no modo de comer em pratos comercializados pelos estabelecimentos. Por fim, identifica-se que, mesmo com as características de tradição, os pratos foram adaptados frente ao contexto histórico com respeito a legislação ambiental e aos avanços tecnológicos. Por conta da dificuldade em acesso a informações, observa-se que o estado do Pará carece de pesquisas relacionadas aos atrativos turísticos. Além disso, faz-se necessário o registro patrimonial de comidas paraenses a fim de preservá-las e perpetuá-las ao longo dos anos.

Palavras-chaves: Gastronomia; Tradição; Patrimônio cultural imaterial; Comida típica; Comida indígena;

ABSTRACT

This study aims to evaluate the presence of typical inputs and original indigenous preparation techniques in the elaborations commercialized by restaurants located in a tourist and cultural complex of Belém do Pará. For this, the literature review is used for theoretical foundation and a semi-structured interview with six chefs from typical restaurants located at Estação das Docas is applied. From the analysis of the interviews in the light of the literature, the characteristics of tradition present in the ingredients, in the techniques, in the way of making and even in the way of eating in dishes marketed by the establishments are observed. Finally, it is identified that, even with the characteristics of tradition, the dishes were adapted to the historical context with respect to environmental legislation and technological advances. Due to the difficulty in accessing information, it is observed that the state of Pará lacks research related to tourist attractions. In addition, it is necessary to register the patrimony of foods from Pará in order to preserve and perpetuate them over the years.

Keywords: Gastronomy; Tradition; Intangible cultural heritage; Typical food; Indigenous food;

RESUMEN

El presente trabajo tiene el objetivo general de evaluar la presencia de insumos típicos y técnicas originales de preparación en las elaboraciones comercializadas por restaurantes ubicados en un complejo turístico y cultural en Belém do Pará. Para eso, la revisión de la literatura se utiliza como fundamento teórico y se aplica una entrevista semiestructurada con seis chefs de restaurantes típicos ubicados en Estação das Docas. A partir del análisis de las entrevistas a la luz de la literatura, se observan las características de tradición presentes en los ingredientes, en las técnicas, en la forma de elaboración e incluso en la forma de comer en los platos comercializados por los establecimientos. Finalmente, se identifica que, aun con las características de la tradición, los platos fueron adaptados al contexto histórico con respecto a la legislación ambiental y los avances tecnológicos. Debido a la dificultad para acceder a las

informaciones, se observa que el estado del Pará carece de investigaciones relacionadas con los atractivos turísticos. Además, es necesario registrar el patrimonio de comidas paraenses con el fin de conservarlos y perpetuarlos a lo largo de los años.

Palabras claves: Gastronomía; Tradición; Patrimonio cultural intangible; Comida típica; Comida indígena;

INTRODUÇÃO

As escolhas alimentares, nos dias de hoje, que são frutos da industrialização, urbanização e globalização, estão associadas às demandas de praticidade. "Na tentativa de adequar a alimentação ao ritmo acelerado do dia a dia, as escolhas e os hábitos de consumo passaram a apontar para alimentos mais condizentes com o novo estilo de vida" (FRANÇA *et al.*, 2012), o que tem levado ao crescente consumo de alimentos processados e ultraprocessados. Esses alimentos, principalmente os ultraprocessados, por adicionarem aditivos, calorias, açúcares, sal, óleos, gorduras saturadas e trans e por serem pobres em fibras e nutrientes levam a problemas de saúde (LUDWIG, 2011). Além disso, por oferecerem praticidade e a padronização de identidade, trazem à perda cultural e a desagregação de valores sociais e coletivos (SCHLOSSER, 2001), e o enfraquecimento do conhecimento tradicional e da transmissão de habilidades culinárias ao longo das gerações.

Comida é cultura quando produzida, quando preparada e quando consumida, visto que em todas as etapas o homem está fazendo escolhas, baseadas em intenções socialmente construídas (MONTANARI, 2008), o que gera um "sentimento de identidade e continuidade" por meio do qual os grupos se diferenciam, se reconhecem e se veem reconhecidos.

Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se (DAMATTA, 1986), é muito mais do que atender a uma necessidade fisiológica, pois envolve aspectos relacionados a questões econômicas, ecológicas, históricas, culturais, sociais, sensoriais e afetivas. Em um movimento contrário à globalização, a proteção e o resgate da diversidade regional podem preservar a identidade alimentar brasileira e o patrimônio nacional.

Os padrões alimentares variam entre as diferentes regiões do Brasil, no entanto, mudanças frente ao processo de globalização alimentar são esperadas, considerando que o sistema alimentar e a alimentação são flexíveis, sofrendo alterações em função de vários fatores.

Segundo Müller, Amaral e Remor (2010, p. 2) "[...] as preparações das cozinhas típicas vêm perdendo certas características histórico-culturais, uma vez que a memória coletiva e o conhecimento oriundo do processo de elaboração destas preparações tradicionais estão desaparecendo." Por outro lado, o desejo de conhecer o patrimônio cultural manifesto na alimentação tem tido crescente importância no turismo, com elevado reconhecimento tanto por turistas brasileiros como estrangeiros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2015).

Sob o ponto de vista antropológico, Maciel (2005) afirma que a recuperação das variedades de pratos típicos locais e com 'sabores específicos', a consciência da 'tradição culinária', a revalorização dos sabores tradicionais, as recuperações dos produtos e pratos 'em

processo de desaparecimento' ou que já desapareceram, juntamente com o reconhecimento de que a cozinha constitui um importante patrimônio cultural a ser preservado por razões ecológicas e culturais, é uma forma de 'resistência', de movimento de afirmação da identidade frente aos processos de homogeneização cultural e da alimentação.

Em algumas regiões do Brasil, a produção e o processamento tradicionais de alimentos e a agricultura familiar criaram culturas alimentares peculiares. Como exemplo temos a culinária paraense, uma cozinha tradicional única, pouco conhecida por muitos e distinta dos padrões alimentares do restante do país. O vatapá, a maniçoba, o tacacá, as frutas como o bacuri, o cupuaçu e o açaí e muitos outros alimentos são exemplos dessa gastronomia que comumente é vista em lares paraenses.

Assim, o presente estudo teve como objetivo geral avaliar a presença de insumos típicos e técnicas de preparo originais nas elaborações comercializadas por restaurantes, localizados em um complexo turístico e cultural de Belém do Pará, a Estação das Docas.

TRADIÇÃO, TURISMO, PATRIMÔNIO E CULINÁRIA

Segundo Ortiz (1994 *apud* GARCIA, 2003, p. 490), o termo tradição é analisado em dois sentidos diferentes: a "tradição da modernidade", como uma tradição reinventada, a qual recicla elementos da memória internacional popular, recriando e atualizando elementos do passado que se misturam com o presente" e

a 'tradição enquanto permanência do passado distante', com uma forma de organização social contrária à modernização, que representa o mundo anterior à Revolução Industrial, expressada pelas culturas populares da América Latina e por algumas práticas da cultura oriental, entre outras;

A tradição oral presente desde os primórdios, quando ainda não havia meios de documentação das técnicas aprendidas, "é um testemunho transmitido oralmente de uma geração a outra [e somente...] as tradições baseadas em narrativas de testemunhos oculares são realmente válidas" (VANSINA, 1982, p. 158-159). Para Bornheim (1997 *apud* GIMENES, 2009, p. 18):

a tradição pode ser compreendida como o conjunto de valores dentro dos quais estamos estabelecidos, não se tratando apenas das formas de conhecimento ou das opiniões, mas também da totalidade do comportamento humano, que só se deixa elucidar a partir do conjunto de valores constitutivos de uma determinada sociedade.

Esse conjunto de valores viajam no tempo, pois é repassado de forma hereditária. A tradição pode ser entendida como um legado, aquilo que vem do passado, que ainda é ativamente presente nos dias de hoje e que será transmitido ao longo das gerações (SANTOS, 2007; BRUSADIN, 2014).

O turismo cultural "compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura" (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006, p. 13). O turismo cultural é atrelado ao patrimônio cultural, que por sua vez é vinculado à história, à cultura do local e o modo de viver de um povo.

O patrimônio material "está associado aos elementos materiais e, portanto, é formada por elementos palpáveis e concretos, por exemplo, obras de arte e igrejas" (UNESCO, s.p., 2020). Já a UNESCO (2003, p. 4) define como patrimônio cultural imaterial:

[...] as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

O patrimônio intangível surge da cultura de um povo, pois as pessoas que são as detentoras do conhecimento tradicional. Para a preservação e reconhecimento do patrimônio cultural, houve a criação de instrumentos políticos como o tombamento para bens materiais e o registro para bens imateriais pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Em seu estudo, Santilli (2015) apresenta bens culturais imateriais que já são registrados ou estão em processo de registro pelo IPHAN e outros inventariados. Dentre eles está a produção tradicional e as práticas socioculturais associadas à cajuína no Piauí que se depara com a iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) de padronizar a bebida, o que vai contra as práticas locais.

As tacacazeiras do Pará que entraram com um pedido de registro de seus ofícios encontram dificuldades "para conseguir as autorizações oficiais para se estabelecerem em seus pontos", além de sofrerem "com as restrições impostas pela legislação sanitária" que obrigam que os

[...] estabelecimentos produtores de tucupi obedeçam a determinado 'padrão de identidade e qualidade do tucupi', incompatível com as práticas artesanais utilizadas pelas tacacazeiras, que consideram que a referida regulamentação técnica é uma intervenção invasiva no seu ofício (SANTILLI, 2015, p. 603).

Os reconhecimentos demoram anos para serem registrados e ainda há, no Brasil, muitas outras atividades gastronômicas únicas, originais e históricas que devem ser reconhecidas como patrimônio cultural imaterial. Esse processo de registro vem crescendo ao longo dos anos, ao reconhecer que a culinária é ligada à história e cultura de um povo. Uggioni (2006, p. 42) confirma isso em sua afirmação: "as manifestações sociais intangíveis estão sendo resgatadas com as suas particularidades regionais e incorporadas ao patrimônio cultural nacional há pouco tempo."

O ato de se alimentar não é considerado somente uma necessidade biológica, mas é social e cultural também, visto que simboliza cada sociedade e cultura com suas particularidades. Por meio do alimento refletem-se as preferências, as aversões, as identificações e as discriminações das pessoas e por isso é tido como um fator de diferenciação cultural (BARROCO, 2008).

Reinhardt (2007, p. 26) complementa a fala de Barroco ao dizer que por meio da comida podemos "identificar sociedades, culturas, religiões, estilos de vida, classes sociais, acontecimentos ou épocas. Ela é o reflexo de nossas escolhas e do que foi deixado para nós e herdado por nós, os nossos legados" (REINHARDT, 2007, p. 26).

Posto isso, a comida vai muito além do que o simples ato de ingerir um alimento, pois por meio dela também é possível identificar um povo e observar as tradições dele. Outrossim, a comida se relaciona com lembrança afetiva e está diretamente ligada ao sentimento de

pertencimento a um local, pois ela é capaz de fazer o indivíduo se conectar com às histórias, pessoas, sensações ou aos sentimentos.

Barroco (2008) confirma isso quando menciona que a alimentação é relacionada com a memória e os sentidos de cada pessoa. Tal como Reinhardt (2007, p. 200) ao dizer que "a comida desperta a memória, a comida expressa identidade; a memória reorganiza a identidade", por isso esses "(...) hábitos alimentares formados no lar de infância acompanharão os indivíduos ao longo de toda a vida" (PINTO; SIMÕES, 2016, p. 2).

Segundo Müller (2012, p. 23) "a tradição, o valor simbólico dos alimentos, a história, os sabores e saberes, as técnicas de produção e os modos alimentares são responsáveis pela formação das culturas gastronômicas regionais", uma vez que essas características perduram por muitos anos e influenciam diretamente nos hábitos alimentares de cada sociedade.

A COZINHA DE COMIDAS TÍPICAS

A gastronomia regional é compreendida como "o conjunto de saberes-fazeres que englobam ingredientes, técnicas culinárias e receitas que são dispostas em um panorama relativamente coerente, delimitado geograficamente e passível de ser reconhecido como tal" (GIMENES, 2009, p. 17), visto que os alimentos "representam a ligação primitiva entre a natureza e a cultura, fazendo parte da raiz que liga um povo, uma comunidade ou um grupo à sua terra e à alma de sua história" (UGGIONI, 2006, p. 20).

Os pratos típicos estão ligados à história e trajetória de um povo, tornando-se uma tradição passível de reconhecimento e são considerados parte da gastronomia regional. Eles podem surgir por conta de vários motivos, dentre eles: "praticidade, associação com outra prática cultural, associação a determinadas celebrações" (GIMENES, 2009, p. 17).

Segundo Rodrigues (2002 apud REINHARDT, 2007, p. 129) "é considerada típica aquela comida (...) que é a especialidade de cada região" e "são próprias da mesa cerimonial, pois geralmente elas são mais trabalhosas e elaboradas" (REINHARDT, 2007, p. 129). Garcia (2003, p. 490) corrobora essa frase ao dizer que "os pratos tradicionais ou típicos são transferidos para os restaurantes e instituições e, no âmbito doméstico, são preparados ou encomendados (...) apenas em ocasiões especiais como festividades e comemorações", tais como festivais, circuitos, semanas, feiras, mostras e concursos gastronômicos.

Já para Quinzani, Capovilla e Corrêa (2016, p. 256) os pratos típicos "são adaptações e reinvenções que se mesclam entre si e levam em conta questões históricas, geográficas e culturais". Para Uggioni (2006), a cozinha típica simboliza uma cultura, pois é a junção de crenças, práticas e representações compartilhadas por uma sociedade.

A tradição culinária é passada de geração em geração, carregada de simbolismo e ligada com o passado (REINHARDT, 2007). Ela representa aquilo que é distante no tempo e as experiências dele, o que pode ser apreciado para os que vivem no presente. No entanto, comida típica nem sempre é tradição culinária. Ela pode vir a ser, dependendo do significado que a comida tem para quem a come. A comida pode ser típica da região, mas só será tradição culinária caso a pessoa que está comendo tenha uma lembrança afetiva dela.

Os pratos típicos são reconhecidos como tais pelos ingredientes característicos da região, pelos utensílios usados no preparo, o modo de cozinhar, a forma com que são

apresentados e com o que são combinados (LISBOA; SIMONIAN, 2010). É uma mistura da tradição e história com o saber e o fazer.

A gastronomia típica se relaciona com o turismo e com a história de um povo, pois a comida é “um elo que nos mantém conectados às lembranças das nossas raízes culturais” (QUINZANI; CAPOVILLA; CORRÊA, 2016, p. 250). Ela pode ser compreendida “como a junção dos saberes e sabores que fazem ou fizeram parte dos hábitos alimentares de uma localidade, dentro de um processo histórico-cultural de construção da mesma” (MULLER; FIALHO, 2011, p. 180). Para Uggioni (2006, p. 43) “os valores simbólicos de certas preparações típicas evocam, para a população local, a hospitalidade da região, o sentimento de pertencimento e podendo ser argumentos de originalidade e contribuir para o desenvolvimento local”.

Por meio do turismo cultural e gastronômico, os quais valorizam a comida regional considerada patrimônio cultural imaterial, mesmo que não registradas, pode-se fortalecer a cultura local. Ao considerar a comida regional um atrativo turístico, os moradores da região se sentem orgulhosos e reforça o sentimento de pertencimento daquele lugar. Além disso, as comidas típicas e tradicionais, quando reconhecidas como produto cultural, podem ser consideradas um fator importante ao desenvolvimento econômico daquela região, pois geram empregos e renda (UGGIONI, 2006; PINTO; SIMÕES, 2016).

A cozinha da Região Norte

A culinária da Região Norte é influenciada principalmente pelos povos indígenas que habitavam as margens dos rios amazônicos e se alimentavam tanto de peixes e tartarugas, como também de alimentos cultivados no solo das praias e em terra firme (QUINZANI; CAPOVILLA; CORRÊA, 2016). Com isso, presume-se que as contribuições indígenas na cozinha dizem respeito à conexão com a natureza como o extrativismo, a pesca, a caça e algumas técnicas (MACIEL, 2004).

Não obstante, precisa-se considerar que os indígenas possuíam uma contribuição mais significativa na cozinha brasileira, tendo em vista a complexidade do cultivo da mandioca (MACIEL, 2004). Para o cultivo deste alimento é necessário o saber de certas técnicas que, mesmo antes da colonização já eram conhecidas pelos nativos.

Segundo Lobato, Aires e Ravena-Cañete (2019, p. 264) sobre a mandioca “repousa uma diversidade de usos multiplicados em diferentes pratos que, somados à diversidade e particularidades de espécies da flora local, garantem aos que passam pela cidade uma experiência gastronômica única”. Como por exemplo o tucupi, um caldo feito a partir da raiz da mandioca brava depois de ralada e espremida. Esse caldo de origem indígena é utilizado em pratos tradicionais, como o pato no tucupi e o tacacá. Outros derivados da mandioca muito utilizados na culinária regional são a farinha d’água, a goma de tapioca, farinha de tapioca e a maniva.

Observa-se que por conta da presença de rios na Região Norte, há o predomínio de peixes de água doce como o filhote, pirarucu, tucunaré e tambaqui, que muitas das vezes são as estrelas do prato. Algumas frutas como cupuaçu, açai, taperebá, muruci e bacuri são consideradas exóticas, visto que alguns desses produtos tão característicos da cozinha Nortista não são conhecidos nem encontrados em outros estados brasileiros.

A cozinha paraense

A cultura belenense é formada pelos "1) colonizadores (portugueses, franceses, holandeses etc.); 2) indígenas (população que já residia em terras amazônicas antes da vinda dos colonizadores); 3) negros africanos (homens e mulheres escravizados do continente africano)" (LOBATO; AIRES; RAVENA-CAÑETE, 2019, p. 263). Por conta da miscigenação e sincretismo cultural entre esses povos, o estado do Pará é um lugar único, com ingredientes vindos de vários países do mundo, pois "as pessoas trouxeram consigo, em suas bagagens e percepção de mundo, inúmeros saberes, fazeres, valores e simbologias das culturas de seus locais de origem, inclusive os aspectos relacionados à gastronomia" (LOBATO; AIRES; RAVENA-CAÑETE, 2019, p. 264).

Maciel (2005) relata que os estados do Pará e Amazonas são caracterizados pela cozinha mais indígena do país, pois remete à origem brasileira, relacionando-se diretamente com as florestas, rios e mares. A cozinha paraense tem uma raiz indígena clara e perceptível "marcada pela autenticidade (...) por seus elementos e condimentos autóctones" (MARECO; SIMONIAN, 2019, p. 162).

No Mercado Ver-o-peso pode-se encontrar os principais alimentos da cultura alimentar paraense, segundo Santos e Pascoal (2013): a pupunha, a castanha-do-Pará, as farinhas, o chibé, o caribé, a mujica, o tacacá, o pato no tucupi, o açaí, a maniçoba, o turu e o arubé. Peixes como o pirarucu, o piracuí e peixes dos rios (gurijuba, piramutaba, acangatás e a uritinga). Frutas regionais como o ingá-cipó, o cupuaçu, o bacuri, o bacuripari, o biribá e o buriti.

As frutas típicas do Pará são ricas em sabor, podendo ser consumidas in natura ou serem transformadas em sucos ou sobremesas, porém não são tão conhecidas no restante do país. Somente há poucos anos algumas frutas vêm sendo conhecidas, como por exemplo, o açaí. O fruto emblemático do Pará está presente no dia a dia nos lares paraenses e hoje é famoso no Brasil, entretanto tem as suas particularidades quanto ao consumo entre as regiões.

O açaí

De acordo com os paraenses, o açaí originou-se das tribos indígenas, como conta uma lenda indígena sobre o surgimento do fruto. Segundo a lenda, onde hoje está a cidade de Belém do Pará, havia uma tribo indígena que passava por um período de escassez. O cacique Itaki decidiu que sacrificaria todas as crianças que nascessem, pois não haveria alimento para todos. Até que um dia, a filha do cacique chamada laçá teve um neném, que também precisou ser sacrificado. laçá chorava todos os dias pela morte de seu bebê e pedia ao Deus Tupã que lhe mostrasse uma forma de ajudar o seu povo, sem que precisasse sacrificar mais crianças.

Em uma noite, laçá escutou o choro de uma criança e o seguiu. Ela viu a criança no pé de uma palmeira e correu em sua direção para abraçá-la, entretanto, ela desapareceu. No dia seguinte, Itaki encontrou laçá morta, abraçada ao tronco de uma palmeira que continha frutos pequenos e pretos como seus olhos. Este fruto foi batizado de Açaí, que é o nome de laçá ao contrário e alimentou a tribo indígena inteira, fazendo com que a partir deste dia não fosse necessário sacrificar as crianças que nascessem.

Pelos paraenses, o açaí extraído na hora e sem nenhuma modificação ou processo de congelamento como comido pelos indígenas, é comido em uma tigela com farinha d'água ao lado de um outro prato, como por exemplo um peixe de água doce com arroz.

A maniçoba paraense

A mandioca é cultivada há centenas de anos. Popular entre os brasileiros por ser de fácil cultivo e acessível, pode ser de dois tipos: mansa ou brava. A diferença entre elas é o teor de ácido cianídrico (PINTO, 2002; SANTOS, 2017).

Segundo Pinto (2002, p. 2) "a mandioca é portadora de tradições que vão dos mitos indígenas às diferentes formas de expressão na linguagem popular", o que pode ser percebido na tradição oral que diz respeito à origem da mandioca, retratada no livro *O selvagem*, de Couto de Magalhães (1876, p. 134-135):

Em tempos idos appareceu grávida a filha d'um chefe selvagem, que residia nas immediações do lugar em que está hoje a cidade de Santarém. O chefe quiz punir no autor da deshonra de sua filha, a offensa que soffrêra seu orgulho e, para saber quem elle era, empregou debalde rogos, ameaças e por fim castigos severos. Tanto diante dos rogos como diante dos castigos, a moça permaneceu inflexível, dizendo que nunca tinha tido relação com homem algum. O chefe tinha deliberado matá-la, quando lhe appareceu em sonho um homem branco, que lhe disse que não matasse a moça, porque ella effecctivamente era innocente, e não tinha tido relação com homem. Passados os nove mezes ella deu á luz menina lindissima, e branca, causando este ultimo facto a surpresa, não só da tribu, como das nações visinhas, que vieram visitar a creança, para ver aquella nova e desconhecida raça. A creança, que teve o nome de Mani, e que andava e fallava precocemente, morreu ao cabo de um anno, sem ter adoecido, e sem dar mostras de dôr. Foi ella enterrada dentro da propria casa, descobrindo-se-a, e regando-se diariamente a sepultura, segundo o costume do povo. Ao cabo de algum tempo brotou da cova uma planta que, por ser inteiramente desconhecida, deixaram de arrancar. Cresceu, floresceu, e deu fructos. Os passaros que comeram os fructos se embriagaram, e este phenomeno, desconhecido dos indios, augmentou-lhes a superstição pela planta. A terra afinal fendeu-se; cavaram-n'a e julgaram reconhecer no fructo que encontraram o corpo de Mani. Comeram-n'o, e assim aprenderam a usar da mandioca. O fructo recebeu o nome de Mani oca, que quer dizer: casa ou transformação de Mani.

Feita da mandioca brava fervida de 7 a 10 dias para retirar o veneno, a maniçoba é conhecida como a feijoada paraense. O ensopado com carnes de porco leva basicamente todos os ingredientes da feijoada, mas ao invés de feijão, utiliza-se a maniva.

A partir da lenda de Mani, acredita-se que os indígenas cozinhavam a maniçoba como um prato especial para celebrações da tribo, visto que o preparo é trabalhoso e demorado. Popular entre os paraenses e visitantes do estado, a maniçoba é obrigatória no almoço das famílias paraenses na época do Círio de Nazaré, um dos maiores eventos do estado do Pará.

MÉTODOS

A estação das Docas é um antigo porto fluvial e por meio de uma restauração nos armazéns nos anos 2000 (ESTAÇÃO DAS DOCAS, s.d) foi transformado em um complexo turístico e cultural da cidade de Belém, configurando-se como um dos atrativos mais importantes do estado.

O armazém 2 é chamado de *Boulevard* gastronômico, no qual há principalmente estabelecimentos de alimentos e bebidas pertinentes à pesquisa, visto que o local é turístico e lá encontram-se estabelecimentos que servem a culinária paraense.

Os objetos estudados foram os estabelecimentos de alimentos e bebidas no complexo turístico e cultural Estação das Docas - Pará. O local foi escolhido como objeto de estudo pelas

seguintes motivações: i) está situado na capital do estado do Pará; ii) é um dos maiores atrativos turísticos da cidade; iii) a possibilidade de entrevistar vários estabelecimentos de alimentos e bebidas dentro de um complexo só.

A pesquisa se dividiu em três etapas ao longo de um ano e meio. Na primeira realizou-se um levantamento de dados por meio das bases de dados *Science Direct*, *Academia.edu* e *Scientific Periodicals Eletronic Library* e Google Acadêmico com critério de inclusão geográfico nacional e internacional, e com as seguintes palavras chaves: “turismo”, “autenticidade”, “tradição”, “gastronomia” e “culinária paraense”. A pesquisa bibliográfica de cunho qualitativa foi essencial para maior compreensão acerca do tema.

A segunda etapa constitui-se pela realização de entrevista semiestruturada presencial com os *chefs* de cozinha da Estação das Docas.

Para tanto, procurou-se respeitar os preceitos éticos em pesquisa nas ciências humanas e sociais conforme Resolução CNS n. 510 (BRASIL, 2016), uma vez que os procedimentos metodológicos envolviam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes sem riscos identificáveis ou que pudessem acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana. Sendo assim, a participação dos sujeitos da pesquisa foi voluntária e autorizada por escrito por meio de um termo de consentimento livre e esclarecido com informações prévias e pormenorizadas sobre o projeto, sua natureza, seus objetivos, métodos, seus benefícios, dados sobre a pesquisadora e sua orientadora. Foi informado que oportunamente seriam enviados os resultados do estudo, que seriam mantidos o sigilo e o caráter confidencial das informações, que a identificação da empresa e seus atores não seria exposta publicamente, exceto sob concordância, sendo reiterado, ao final, o interesse estritamente acadêmico.

Dos sete estabelecimentos que entravam nos requisitos predeterminados do trabalho (ser bar ou restaurante que apresentavam pratos, alimentos ou frutas regionais), seis se dispuseram a contribuir com a pesquisa. Por fins éticos, a fim de preservar a identidade dos entrevistados, os *chefs* de cozinha foram enumerados de um a seis.

Com o objetivo de responder à questão problema proposta no trabalho, se haveria insumos e técnicas originais nos pratos servidos nos restaurantes da Estação das Docas, Belém (PA), foi elaborado um roteiro de treze perguntas que regiram a entrevista semiestruturada com os *chefs* de cozinha. O roteiro pode ser visualizado na figura 1.

Na terceira e última etapa, foi utilizado o método de análise de conteúdo categorial apoiado em Bardin (1977), com o uso de quadros com categorias de acordo com as perguntas do roteiro de entrevista e respostas dos entrevistados, sendo elas: idade; cidade de origem; onde aprendeu a cozinhar; pesquisa do cardápio; criação dos pratos; inspiração para a criação dos pratos; ingredientes; local de compra dos ingredientes; pratos mais pedidos; similaridade com os pratos tradicionais; o que é tradição para você e papel como cozinheiro de restaurante de comidas típicas.

RESULTADOS

Essa seção expõe os principais resultados encontrados a partir das entrevistas e análises realizadas. A *chef* 6 conta que o cardápio do restaurante é tradicional, da época dos avós dela, que é 70% fixo e que não vale a pena tirar algo do cardápio, pois os turistas que voltam a Belém costumam ir ao restaurante e pedir o mesmo prato saboreado anos antes.

Figura 1. Roteiro de entrevista semiestruturada aplicado aos *chefs* de cozinha da Estação das Docas

1) Qual o seu nome?
2) Qual a sua idade?
3) Onde nasceu?
4) Onde aprendeu a cozinhar?
5) Como que foi feita a pesquisa do cardápio?
6) Os pratos foram criados por quem?
6.1) Se os pratos/produtos forem autorais, de onde veio a inspiração? Qual a diferença da variação desses pratos para os outros já existentes?
6.2) Se os pratos/produtos não forem autorais, de quem é e onde aprendeu? Há modificações?
7) Quais os ingredientes típicos utilizados?
8) De onde os ingredientes são comprados?
9) Qual o modo de preparo? (duração, ingredientes, técnicas)
10) Você acha que o modo de preparo dos pratos preparados no restaurante é igual ou similar a como eram originalmente feitos?
11) Quais são os pratos/produtos mais pedidos?
12) O que é tradição para você?
13) Qual o seu papel como cozinheiro de restaurante de comida típica?

Fonte: Elaboração própria (2019)

Sentindo essa mesma pressão do público, o *chef* 3 diz que mesmo que a comida orgânica e natural seja a especialidade da casa, se sente obrigado a trabalhar com pratos regionais por ser uma exigência do público, principalmente dos turistas, que desejam conhecer a cultura paraense. "Na verdade, eu faço comida típica, mas eu trabalho mais com a comida vegetariana. A gente trabalha com os pratos regionais, mas é o básico, (...) não é uma especialidade da casa, é uma exigência do público, entendeu?" (*CHEF* 3).

Em sua fala, o entrevistado 1 aparenta ter receio de fazer modificações em pratos tradicionais que são considerados bons, pois ao fazer isso os pratos podem perder a sua essência e se tornarem ruins. Apesar disso, ele comenta que pode fazer uma variação criativa dos pratos, mas sempre mantendo a base da culinária regional para não surpreender as pessoas que vão ao restaurante (moradores e turistas).

Para tanto, nos pratos apresentados pelos restaurantes da Estação das Docas, os *chefs* utilizam alguns ingredientes da culinária amazônica, conforme figura 2.

Na fala dos entrevistados, percebe-se que o tucupi é um ingrediente que todos os restaurantes entrevistados utilizam. Extraído da mandioca brava, frente a sua predominância no Pará (GALERA, 2008), e de origem indígena, o caldo é típico do estado e utilizado em várias preparações paraenses. Os *chefs* entrevistados utilizam o tucupi com pato, peixe, frango, em risotos, caldeiradas, na base de preparações e para fazer o arubé.

Segundo a *Chef* 6, os restaurantes de São Paulo e Rio de Janeiro que apresentam pato no tucupi no cardápio, "faz[em] tudo, menos pato no tucupi", quando o paraense lê algo "com molho de tucupi, tu olha e diz assim: isso não é tucupi", pois eles "não tem a base tradicional, então eles não sabem como a gente usa aqui, como é usado, para que é usado, por que é usado".

Para a entrevistada, é muito importante que não se perca a origem, que entenda o porquê e como o produto é utilizado, pois a gastronomia está se reinventando muito rápido e pode ser que depois de um tempo, se perca a base tradicional.

Figura 2. Distribuição dos ingredientes utilizados nos pratos oferecidos por restaurantes localizados na Estação das Docas, segundo os *chefs* de cozinha

Entrevistado 1	Limão, pimenta, sal, cúrcuma, jambu, tucupi, goma da tapioca, camarão e peixe filhote.
Entrevistado 2	Jambu, chicória, alfavaca, tucupi, maniva, pato, tucupi e peixe filhote.
Entrevistado 3	Tucupi, jambu, tucupi, mandioca, camarão, temperos secos e frescos, cebola, alho, palmito, maniva, queijo de búfala da Ilha do Marajó, cupuaçu, taperebá, acerola, leite de coco, peixes filhote, pescada amarela e pescada branca.
Entrevistado 4	Cebola, alho, chicória, jambu, pimentinha, cheiro verde, tucupi, peixes filhote, pescada amarela e tucunaré.
Entrevistado 5	Cenoura, cebola, chicória, alfavaca, tucupi, camarão, pato, peixe filhote, pimentão, batata, jambu, cebola, ovo, dendê e leite de coco.
Entrevistado 6	Todos os peixes da região, tucupi, jambu, maniçoba, feijão de Santarém, farinha, todos os derivados da mandioca, camarão, maniva, hortaliças e ervas, tomate, cebola, pimentão, pimentinha verde, coentro, leite de coco, pato, biju.

Fonte: Elaboração própria (2020)

Se eu não entender o tucupi, como ele é tirado, porque ele é tirado daquela forma, porque ele tem que descansar tantas horas... eu vou levar pro mercado uma coisa que não é tucupi. Eu vou levar qualquer produto e dizer que é tucupi, tirar de qualquer mandioca. Não é porque é mandioca que dá tucupi. Então eu tenho que ter a tradição aqui atrás, aí sim eu posso fazer a inovação que eu queira, fazer o que eu quiser, que eu vou entender o conceito dele (CHEF 6)

O *chef* 2 diz que praticamente em todos os restaurantes encontra-se o filhote e que com ele cria-se várias receitas, como por exemplo bolinho, caldeirada e moqueca de filhote. Esse peixe que se chama filhote é bem grande, pois pode chegar até 2 metros e meio de tamanho (CHEF 2).

O jambu também é utilizado por todos os *chefs* entrevistados. Típico da região Norte, especialmente no estado do Pará, o jambu é conhecido pela dormência que causa na boca dos que o experimentam. Ele está presente em vários pratos típicos paraenses, como o vatapá, tacacá, arroz paraense e pato no tucupi, pratos que são servidos pelos restaurantes da Estação das Docas.

A *chef* 6 compra grande parte de seus insumos de produtores locais que são desenvolvidos pelo próprio restaurante. Para a entrevistada, a sua responsabilidade como cozinheira de comidas típicas vem desde o início da "cadeia produtiva até botar na mesa do consumidor final. Principalmente quem trabalha com comida regional", ajudando o produtor local a valorizar, desenvolver e divulgar o seu produto. Segundo a mesma *chef*, a importância do cozinheiro "é não deixar a cultura - seja do alimento, seja da técnica de conservação, seja da maneira que seja feita - se perca. Porque senão a gente não vai ter comida no final".

Para o *chef* 1, tradição é valorizar o original, manter algo que sempre foi bom e não mexer na base dele. Para o *chef* 2, tradição "na parte da cozinha" é sinônimo de culinária paraense e comenta sobre a maniçoba ter virado tradição, presente na mesa dos paraenses.

O *chef* 3 relaciona tradição com o seu aprendizado culinário com mãe e avó, que carrega a cultura do paraense. Segundo ele, "aqui é muito enraizado a cultura, então não faz muita

diferença vocês virem...em qualquer lugar, em qualquer restaurante sempre vai ter comida regional".

Para o *chef* 5, tradição é gostar do que faz. O entrevistado 4 comenta que para ele,

Tradição é uma coisa que...não pode ser quebrada né. É aquela coisa bem antiga que vem, passa do...vem passando por gerações, entendeu? E...da nossa culinária que a gente tem é a nossa...os nossos...é os nossos temperos típicos, toda essa coisa que vem de antigamente. Então...pra mim é sempre seguir uma linha. Seguir uma linha, tentar sempre manter aquele...a cara dos pratos típicos paraenses sem fazer tantas modificações assim. A gente tentar sempre seguir uma reta possível pra não fazer tantas transformações assim. (CHEF 4)

A entrevistada 6 diz que tradição é "a menor perda do hábito antigo (...), é entender a base (...) e não deixar a base morrer, porque senão daqui algum tempo você não vai ter o tradicional". Para a *chef* 6, o povo indígena é uma grande referência: "eu entendo que a minha comida não é a indígena, mas ela é a base que o brasileiro conseguiu introduzir dentro do produto, dos ingredientes que ele tem hoje".

Como abordado anteriormente, o açaí, líquido vinho escuro, comumente encontrado nos lares paraenses, também está presente na fala da entrevistada 6. A *chef* 6 comenta que para ela "é completamente errado o que se faz fora, mas altamente aceitável quando você não tem o açaí que eu tenho aqui, tá? Lá não se toma açaí, lá se toma algo da cor do açaí, com leve sabor de açaí azedo".

A *chef* 6 desabafa ao dizer que ela tem princípios ao utilizar o açaí:

Eu não faço nada a base de açaí. Eu não esquento o açaí para fazer nada. (...) Porque eu acho assim, que se eu tenho um produto tão puro em Belém, pra que eu vou mexer nele? O açaí não precisa de nada pra ser bom. (CHEF 6)

Ela comenta que o açaí de outras regiões não é açaí para o povo paraense, que está familiarizado com o sabor de um açaí puro e fresco.

Mas eu entendo, porque a qualidade do açaí que sai daqui pra vender fora de Belém, não é um décimo do que é o nosso. Vocês nunca vão saber o gosto do açaí. Então realmente vocês têm que enganar porque o gosto que chega lá não é bom. É o que a gente não aceita aqui, porque já congelou, ele já oxidou, já mudou a textura. É como eu digo, é a última tirada do açaí que vai pra lá. Aqui a gente come creme de abacate feito açaí. A textura do nosso açaí que o paraense gosta normalmente é um creme de abacate. É bem grosso. Aí começa daí a diferença, por isso... como eu te digo, eu entendo o que fazem, mas não aceito. Mas eu entendo que é a maneira de ter uma origem...aceitável. (CHEF 6).

Ao falar sobre a maniçoba, o *chef* 2 comenta sobre a história da origem da mandioca. A lenda paraense surgiu devido ao nascimento de uma criança indígena chamada Mani e a "casa de Mani" chama-se ManiOca. Por conta disso, posteriormente chamou-se o insumo de mandioca. Ainda segundo o *chef* 2, a maniçoba virou tradição e está na mesa dos paraenses quase que diariamente, especialmente no Círio de Nazaré, em que 90% das casas fazem o prato. A tão icônica maniçoba é "bastante regional" e cada vez mais existem inovações dela, como por exemplo, o risoto de maniçoba que é servido no restaurante do *chef* 2. Ele conta que o risoto de maniçoba foi criado como uma fusão da culinária paraense e italiana, especialidades da casa.

Existem certas modificações no preparo da maniçoba referentes a sua adaptação à modernidade, como o fato de hoje em dia existir a venda da maniçoba pré-cozida (CHEF 1) por conta das legislações sanitárias. Entretanto, ela ainda deve ser cozida por muitos dias, "4, 5, 6,

7 dias. Até ser temperada, aí ela ainda vai ao fogo várias vezes" (CHEF 3). O *chef* 2 confirma que houve uma adaptação de 10 para 7 dias na fervura da maniçoba e comenta que em seu restaurante ele realiza o processo de cozinhá-la durante uma semana para retirar o excesso de veneno do insumo.

A *chef* 6 recorda que não existe ninguém que reproduza o modo de fazer dos indígenas, visto que a maniçoba é um conservante natural que servia para preservar as carnes de caça. "Eles pegavam, matavam o macaco e botavam a carne do macaco pra cozinhar ali pra manter (...) fresca a carne, [pois eles...] não tinham geladeira. Eu não posso botar macaco ali dentro do freezer". Por isso, a entrevistada comenta que as coisas precisaram ser adequadas por conta da legislação ambiental e pelos avanços tecnológicos de conservação do produto, mas que a maniçoba continua sendo usada.

DISCUSSÃO

A partir do estudo foi possível compreender as influências na gastronomia paraense pelas culturas indígena, africana e portuguesa, tendo por base predominante, a indígena, presente antes mesmo dos colonizadores chegarem ao Brasil. Os traços indígenas na culinária paraense são perceptíveis, como os ingredientes utilizados, algumas técnicas de preparo, formas de conservação dos alimentos e utensílios que remetem aos nativos brasileiros. Como citado na revisão de literatura por Maciel (2004) e Quinzani, Capovilla e Corrêa (2016) os indígenas também contribuíram na cozinha no que se refere ao vínculo com a natureza.

Os indígenas não foram só os fornecedores de matérias primas brasileiras, mas quando escravizados praticaram um sistema culinário nos primeiros dois séculos de colonização devido a insuficiente oferta de alimentos europeus no Brasil e a falta de ingredientes de subsistência produzidos aqui, frente a monocultura predominante. Esta escassez se manteve até o início do século XIX (FREYRE, 1966; TEMPASS, 2019).

Muitos dos ingredientes e das técnicas utilizados nos restaurantes são de influência indígena. O uso da mandioca na preparação de maniçoba, beijus, tapioca, farinha e tucupi, foram provenientes do conhecimento e da produção ameríndia. Segundo Cascudo (2004, p. 100), para a fabricação de farinha, a cunhã, a primeira cozinheira histórica do Brasil relatada nos séculos XVI e XVII (CASCUDO, 2004, p. 125), produzia o manipói, fornecendo a matéria-prima quinhentista para o tacacá e o tucupi contemporâneos, desconhecidos por muitos, fora da região norte brasileira. A goma fresca para tapioca era aquela depositada na primeira água sem a borra, retirada por decantação, após um descanso de 24 horas, seca ao sol, após a mandioca ser descascada, lavada, ralada, e passada no tipiti. Não se secando ao sol, cozinhava-se no forno da farinha, produzindo-se a goma seca para beijus, da massa da farinha de mandioca. Esta mesma massa, saída da prensa, ia para o forno, e mexendo-se continuamente, tornava-se farinha.

Outro ingrediente usado pelos restaurantes da Estação das Docas é a maniva. A maniçoba, proveniente da maniva, se preparava como hortaliça cozida com pimenta da terra e já era famosa no século XVI como comida em tempos de necessidades dos indígenas gentios (CASCUDO, 2004, p. 103). Para a popularidade da iguaria, com o passar do tempo, o guisado foi recebendo condimentos, carnes e outros ingredientes semelhantes a feijoada brasileira, com algumas acomodações baseadas nos elementos típicos da região.

Cascudo (2004, p. 100 e 125), refere que o indígena no Brasil colonial não apreciava o sal e sim a pimenta de diversas cores e espécies do gênero *Capsicum*, assim como o escravo africano; este é um outro ingrediente presente nos restaurantes pesquisados.

Os indígenas comiam as folhas cruas de chicória do Pará, conhecida também por chicória da Amazônia (*Eryngium foetidum L.*) e com elas também temperavam suas comidas (CASCUDO, 2004, p. 130); esta chicória é diferente daquela trazida pelo português, sendo o seu uso, na cozinha, semelhante ao coentro. Ainda hoje, na Amazônia brasileira, a chicória possui importância econômica e social, sendo seu emprego utilizado na culinária regional para tempero de pratos típicos como o pato no tucupi e o tacacá, além de inúmeros pratos de grande aceitação popular. O pato foi trazido pelo português e a iguaria “pato no tucupi” foi relatada por Cascudo (2004, p. 266 e p. 142) em sua obra História da Alimentação no Brasil.

O caruru, cuja descrição identifica-se como sendo a do jambu (*Spilanthes oleracea L.*) é mencionado no tratado sobre a região amazônica feito pelo padre jesuíta João Daniel (1722-1776) que viveu na Amazônia entre 1741 a 1757 (HOMMA, et al, 2011, p. 128) como sendo, na ocasião, uma verdura muito popular no estado do Pará. O jambu é muito consumido neste estado até os dias de hoje, sendo o ingrediente componente de pratos típicos como o pato-no-tucupi e o tacacá e outras preparações contemporâneas usadas na região por muitos restaurantes.

O modo de comer o açaí (*Euterpe oleracea Mart.*) com a adição da farinha d'água na região norte foi outra influência dos indígenas (CASCUDO, 2004, p. 142).

O *Theobroma grandiflorum* é nativo da Amazônia conhecido popularmente no Brasil como cupuaçu. O nome é de origem tupi, e significa em português “fruto grande”, cujo cultivo se iniciou pelas comunidades indígenas como fonte de alimento na floresta amazônica, se destacando como a mais explorada comercialmente da região (REZENDE; RIBEIRO, 2009).

Os primeiros cocos (*Cocos nucifera L*) foram objetos de notificação entre 1570 e 1584, ratificada em 1587 quando a orla baiana se cobria de coqueirais, um produto de origem asiática plantado pelo português, segundo indícios fortemente sustentáveis (CASCUDO, 2004, p. 198). Já o modo de preparo do leite de coco foi registrado pela primeira vez pelo português Frei João dos Santos em sua obra sobre a Etiópia Oriental em 1609, ou seja, possui influência africana em relação a técnica, porém sem a popularidade de consumo em muitos territórios africanos na época (CASCUDO, 2004, p. 199). Segundo Cascudo (2004, p. 197), o leite de coco já era um dos mais populares condimentos no Brasil, notadamente pelo Nordeste e Norte, excluindo relativamente Pará-Amazonas e suas áreas de influência onde dominava o “leite” da castanha-do-pará (*Bertolletia excelsa H. B. K.*).

Observou-se que o leite de coco usado por alguns restaurantes na Estação das Docas, pode ter sido substituído devido ao preço mais acessível em comparação ao extrato da castanha ou talvez ao paladar mais popular no Brasil. Porém, há um fator cultural que deve ser considerado em relação ao seu uso, uma vez que ao lado da população indígena do Pará-Amazonas havia uma população mestiça, os descendentes dos escravos refugiados nas matas (CASCUDO, 2004, p. 105). O azeite de dendê é outro ingrediente aplicado no restaurante do entrevistado 5, cuja influência é africana (CASCUDO, 2004, p. 245).

Com relação ao cardápio dos restaurantes, pode-se perceber que os consumidores, tanto os paraenses quanto os turistas, exigem que os estabelecimentos tenham elementos regionais. Segundo Lisboa e Simonian (2010, p. 14) isso se dá porque

A simplicidade e o apego à natureza da culinária amazônica, em especial a do estado do Pará, está conquistando horizontes novos. Ela está cada vez mais requintada e qualificada, pois o cliente também está mais exigente, querendo um produto com qualidade e que lhe surpreenda. Esse consumidor quer comer bem, sentindo o sabor dos alimentos e ao que ele remete, nesse caso, à Amazônia.

Pelas demandas dos clientes, pode-se afirmar que os restaurantes já operam de forma inconsciente em um sistema culinário com princípios e regras construídas cultural e socialmente. Como apresentado na figura 1, os *chefs* de cozinha dos estabelecimentos utilizam ingredientes típicos, pois o apreço pela culinária da Amazônia se dá pelos elementos regionais presentes, como técnicas, insumos, sabores, modo de fazer e combinações.

Nas falas dos *chefs* de cozinha entrevistados, todos comentaram sobre pratos com ingredientes típicos que são servidos em seus restaurantes. Estes ingredientes presentes nos pratos dos estabelecimentos também são encontrados nas mesas dos paraenses. Desde o tucupi, os peixes, até a maniçoba, comida especial e característica do Círio, evento que atrai milhares de visitantes todos os anos.

O modo de comer açai dos nortistas com farinha d'água e como um complemento à comida do dia a dia frequentemente sofre preconceitos por outras regiões. Entretanto, esta é a forma original de consumo deste alimento, que de acordo com as lendas paraenses, diz-se ter começado com os indígenas.

Há uma busca por raízes e tradições nos pratos típicos, pois eles "se ligam à história e ao contexto cultural de um determinado grupo, constituindo uma tradição que se torna símbolo de sua identidade" (GIMENES, 2009, p. 17).

Compreendeu-se que os pratos foram adequados, tendo em vista os avanços tecnológicos no preparo e conservação de alimentos. As adaptações dizem respeito às legislações sanitárias que trazem a padronização dos pratos e às legislações ambientais de proteção aos animais, pois é proibido o uso de animais silvestres nos preparos.

Como exemplo, cita-se a maniçoba que séculos atrás era utilizada como conservante natural de carne de caça e atualmente foi adaptada para a venda da maniva pré-cozida. Segundo Morais (2011, p. 249) isso ocorre porque

A culinária regional sobrevive adequando-se à modernidade e à globalização, que impõem novos padrões. Uma adequação com limites, diga-se de passagem, uma vez que a maior parte dos ingredientes permanece. A lógica neste caso não é excludente (ou... ou...), mas uma lógica de inclusão – é tradição e inovação ao mesmo tempo.

Constata-se que o presente e o passado estão interligados à medida que "o presente recorre ao passado para inserir os indivíduos (...) em um universo que os antecede e ultrapassa sua existência", mas para que haja coerência para esses indivíduos, faz-se necessário uma adequação ao modo de viver contemporâneo (MORAIS, 2011, p. 249-250).

Por outro lado, deve-se atentar ao fato de que

O patrimônio é uma forma de manter uma cultura viva, mas ao mesmo tempo não pode se transformar em mercadoria rentável para que a sua preservação e conservação estejam unicamente a "mercê" da mercantilização do tempo e de tudo que nele se concentra, mas, antes de tudo uma forma de manter viva a memória daquilo que representa povos, lugares e histórias relevantes para a sociedade (ANGELO; CORNER, 2016, p. 154).

A tradição entendida como um legado, como o que foi e será transmitido ao longo de gerações (SANTOS, 2007; BRUSADIN, 2014) pode ser percebida por meio dos ingredientes utilizados, como por exemplo os peixes de água doce, ervas e hortaliças da região Norte, como o jambu; na técnica de cultivo da mandioca; na técnica de extração e utilização do tucupi; no modo de fazer da maniçoba; no modo paraense de comer açaí. A tradição oral como "um testemunho transmitido oralmente de uma geração a outra" (VANSINA, 1982, p. 158-159) é encontrada na lenda indígena da maniçoba e do açaí.

Portanto, percebe-se que os pratos típicos paraenses servidos nos restaurantes da Estação das Docas apresentam características de tradição. Percebe-se também que a comida típica paraense é própria e característica de seu lugar, na qual foi criada, desenvolvida e apreciada ao longo de gerações. Ela precisa ser conservada de forma a manter o máximo de características tradicionais e autênticas, pois a comida envolve história, conhecimento, hábitos e costumes de uma sociedade.

Para que se preserve o máximo de sua originalidade, faz-se necessário o registro dessas comidas, saberes e sabores por meio de órgãos oficiais de preservação cultural. O registro valoriza a cultura e a história de um povo, pois perpetua-se o conhecimento do saber-fazer. Ao registrar as tradições como patrimônio cultural imaterial, honra-se o passado, fazendo com que o seu nome, a sua essência e modo de fazer viagem pelo tempo e espaço, carregando todo o seu esplendor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente estudo buscou-se contribuir para as discussões relacionadas à tradição, ao patrimônio cultural imaterial e à comida típica paraense, tendo em vista seu valor no tempo, história, significado. Dito isso, o presente trabalho teve como objetivo a avaliação da presença de insumos típicos e técnicas de preparo originais nas elaborações comercializadas por restaurantes, localizados em um complexo turístico e cultural de Belém do Pará.

As características de tradição que envolvem a percepção de legado e tradições orais estão presentes nas falas dos *chefs* entrevistados dos estabelecimentos da Estação das Docas, pois nos pratos típicos paraenses são encontradas todas as características de tradição tratadas neste estudo. Apesar disso, percebe-se que os pratos foram adaptados por conta dos avanços tecnológicos, das legislações sanitárias e das legislações ambientais de proteção aos animais.

Nas falas dos *chefs* de cozinha entrevistados, todos comentaram sobre pratos com ingredientes típicos que são servidos em seus restaurantes. Estes ingredientes presentes nos pratos dos estabelecimentos também são encontrados nas mesas dos paraenses, desde o tucupi, os peixes, até a maniçoba, comida especial e característica do Círio, evento que atrai milhares de visitantes todos os anos.

Observou-se que a região norte recebeu expressiva influência indígena e de comunidades tradicionais detentoras de uma ampla compreensão da fauna, da flora, dos instrumentos, dos modos de preparo e das formas de obtenção de alimentos. Esses conhecimentos tradicionais obtidos informalmente são aplicados para o seu próprio proveito e têm sido transmitidos de geração em geração, sendo atualizados segundo particularidades regionais. Seus pratos estão fortemente associados as identidades, aos pertencimentos sociais e aos saberes ancestrais, e essas representações parecem ter sido construídas com base em sua

relevância histórica, cultural, social e econômica, em suas representações imaginárias como lendas, poemas, letras de músicas e festividades.

Portanto, percebe-se que a comida típica paraense é própria e característica de seu lugar, na qual foi criada, desenvolvida e apreciada ao longo de gerações. Ela precisa ser conservada de forma a manter o máximo de características tradicionais e autênticas, pois a comida envolve história, conhecimento, hábitos e costumes de uma sociedade.

A cidade de Belém-PA tem um grande potencial turístico, principalmente o que diz respeito à comida paraense e afins. Entretanto, seu potencial não é bem desenvolvido, desde a disponibilidade de informações até a estrutura dos atrativos turísticos. Espera-se que a partir da pesquisa realizada, os atrativos turísticos de Belém sejam vistos com um olhar diferente e a comida paraense, mais valorizada e mais bem aproveitada pelo turismo local. Além disso, sugere-se mais pesquisas nos atrativos turísticos paraenses, o reconhecimento do saber indígena em certos pratos paraenses e o registro da história e o saber-fazer da maniçoba como patrimônio cultural imaterial.

REFERÊNCIAS

ANGELO, E. R. B.; CORNER, D. M. R. Cultura e patrimônio: a alimentação e o "savoir-faire" na mercantilização, patrimonialização e outras propostas do turismo e da indústria cultural. **Ágora – Revista de História e Geografia**, v. 18, n. 1, p. 144-155, ago. 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROCO, L. M. S.; BARROCO, H. E. A Importância da gastronomia como patrimônio cultural no turismo baiano. **TURyDES**, v. 1, n. 2, 2008.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 maio 2016. Seção 1. p. 44-46. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2021.

BRUSADIN, L. B. A cultura e a tradição no imaginário social: ação simbólica no patrimônio e no turismo. **TURyDES**, v. 7, n. 17, dez. 2014.

CÂMARA CASCUDO, L. **História da alimentação no Brasil**. 3 ed. São Paulo: Global, 2004, 411p.

DaMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ESTAÇÃO DAS DOCAS. **A estação**. Disponível em: <<http://www.estacaodasdocas.com.br/institucional/sobre/>>. Acesso em: 24 jun. 2019.

FRANÇA, F. C. O.; MENDES, A. C. R.; ANDRADE, I. S.; RIBEIRO, G. S.; PINHEIRO, I. B. Mudanças dos Alimentares Provocados pela Industrialização e o Impacto Sobre a Saúde do Brasileiro. In: **Seminário Alimentação e Cultura na Bahia**. 1., 2012. São Paulo. Resumos... Feira de Santana: Universidade Estadual de Feira de Santana, 2012. p. 7. Disponível em: http://www2.uefs.br:8081/cer/wp-content/uploads/FRANCA_Fabiana.pdf>. Acesso em: 20 maio 2021.

FREYRE, Gilberto. **Casa-Grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime de economia patriarcal**. 13. ed. brasileira. Rio de Janeiro: José Olympio, 1966.

GALERA, J. M. S. V. **Estruturação genética do germoplasma de mandioca através de informações comparativas entre estudos biológicos e antropológicos**. Dissertação de M.Sc., Agricultura Tropical e Subtropical Instituto Agrônômico. Campinas: Brasil, 2008. 84f.

GARCIA, R. W. D. Reflexos da Globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.16, n. 4, 2003.

GIMENES, M. H. S. G. O uso turístico das comidas tradicionais – algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paraense (Brasil). **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 8-24, abr. 2009.

HOMMA, A. K. O.; SANCHES, R. S.; MENEZES, A. J. E. A.; GUSMÃO, S. A. L. Etnocultivo do jambu para abastecimento da cidade de Belém, Estado do Pará. *Amazônia: Ciência & Desenvolvimento*, v. 6, n. 12, pp. 125-141, 2011.

LISBOA, A.; SIMONIAN, L. T. L. **Gastronomia internacional e hábitos alimentares amazônicos: expansão e transformação**. NAEA/UFPA, 2010, n. 273, p. 337-351.

LOBATO, F. H. S.; AIRES, J. C. A.; RAVENA-CAÑETE, V. BELÉM, CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA: uma Amazônia de sabores e de experiências turísticas. IN: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. ALIMENTAÇÃO E CULTURA: **Alimentação e Turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

LUDWIG, D. Technology, diet, and the burden of chronic disease. Chicago: **JAMA**, [s.l.], v. 305, p. 1352-1353, 2011. Disponível em: <<http://jama.jamanetwork.com/article.aspx?articleid=896031>>. Acesso em: 25 maio 2021.

MACIEL, M. E. Uma cozinha brasileira. **Revista Estudos Históricos: alimentação**, Rio de Janeiro: FGV, n. 33, p. 25-39, 2004.

MACIEL, M. E. Olhares antropológicos sobre a alimentação: identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org.). **Antropologia e nutrição: um diálogo possível** [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ (SciELO Books), 2005. p. 48-55. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/v6rkd/pdf/canesqui-9788575413876-03.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2020.

MAGALHÃES, J. V. C. de. **O Selvagem**. 3. ed. São Paulo: Ed. Nacional (BPB, ser. 5, Brasileira 3) 1935. [1ª. ed. 1876].

MARECO, C. A.; SIMONIAN, L. T. L. A relação turismo e imagem na gastronomia paraense. **PASOS -Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 17, n. 1, p. 159-178, 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Gastronomia atrai turista a festivais nacionais de 12 de junho de 2015**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5117-gastronomia-atraiu-turistas-a-festivaisregionais.html>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

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

MORAIS, L. P. de. Comida, identidade e patrimônio: articulações possíveis. **Revista História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 54, 2011.

MÜLLER, S. G.; AMARAL, F. M.; REMOR, C. A. Alimentação e Cultura: Preservação da gastronomia tradicional. In: **SEMINTUR - VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Anais. Caxias do Sul: UCS, 2010.

MÜLLER, S. G.; FIALHO, F. A. P. A preservação dos saberes, sabores e fazeres da gastronomia tradicional no Brasil. **Revista Travessias**. Cascavel, v. 5, n. 1, p. 176-189, 2011.

MÜLLER, S. G. **Patrimônio Cultural Gastronômico: Identificação, Sistematização e Disseminação dos Saberes e Fazeres Tradicionais**, 288 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

PINTO, M. D. N. Mandioca e farinha: subsistência e tradição cultural. In: **Seminário Alimentação e Cultura**. Rio de Janeiro: Funarte, 2002.

PINTO, H. S.; SIMÕES, R. A. **Cultura Alimentar como Patrimônio Imaterial da Humanidade: desafios e oportunidades para a gastronomia brasileira**. Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, Abril/2016 (Texto para Discussão nº 195). Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/519160/patrimonio_imaterial_humandade.pdf?sequence=1>. Acesso em: 27 ago. 2019.

QUINZANI, S. S. P.; CAPOVILLA, V. M.; CORRÊA, A. A. A Pluralidade Gastronômica da Região Amazônica: Sabores Acreanos, Paraenses e do Alto Rio Negro. **Revista Hospitalidade**, v. 13, n. 2, p. 248-271, 2016.

REINHARDT, J. C. **Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação do Departamento de História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2007.

REZENDE, E. A.; RIBEIRO, M.T.F. O cupuaçu é nosso? Aspectos atuais da biopirataria no contexto brasileiro. Rio de Janeiro: **Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA)**, v.3, nº.2, p. 53-74, 2009.

SANTILLI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. Rio de Janeiro: **Alimentação, Nutrição & Saúde (DEMETRA)**, v. 10, n. 3, p. 585-606, 2015.

SANTOS, A. S. **Tradições populares e resistências culturais: políticas públicas em perspectiva comparada**. 2007. 253 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

SANTOS, G. F. Maniçoba - Identidade cultural e memória presente e ausente na cidade de Cachoeira - BA. **Revista Eletrônica Ventilando Acervos**: Florianópolis, 2017. v. especial. n. 1. p. 72-90. maio/2017.

SANTOS, V. F. N.; PASCOAL, G. B. Aspectos gerais da cultura alimentar paraense. **Revista da Associação Brasileira de Nutrição**. São Paulo, n. 1, p. 73-80, 2013.

SCHLOSSER, E. **Fast Food Nation: what the all-american meal is doing to the World**. New York: Houghton Mifflin, 2001.

TEMPASS, M. C. Antes importantes, agora estigmatizados: a contribuição dos sistemas culinários indígenas para a formação da culinária brasileira e a sua atual marginalização. Rio Grande: **Dossiê Olhares e Perspectivas Socioantropológicas e Históricas sobre Alimentação**, v. 3 n. 2, p. 62 – 81, 2019.

UGGIONI, P. L. **Valorização do Patrimônio Gastronômico Regional Açoriano: Gestão de qualidade em Restaurantes típicos em Florianópolis – SC.** 265 f. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

UNESCO. **CONVENÇÃO PARA A SALVAGUARDA DO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL** Paris, 17 de outubro de 2003. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Convencao%20Salvaguarda%20Patrim%20Cult%20Imaterial%202003.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2019.

UNESCO. **Patrimônio material.** 2020. Disponível em: <<https://cvunesco.org/cultura/patrimonio-materia>>. Acesso em: 20 maio 2021.

VANSINA, J. A tradição oral e sua metodologia. In: KI-ZERBO, J. (org.). **História geral da África: Metodologia e Pré-história da África.** São Paulo: Ática, 1982.

A soberania e segurança alimentar e nutricional na percepção da comunidade acadêmica de bacharelados em gastronomia no Brasil

Food sovereignty and nutritional security in the perception of the academic community in the gastronomy baccalaureate's course in Brazil

La soberanía y seguridad alimentar y nutricional en la percepción de la comunidad académica de licenciatura en gastronomía en Brasil

Barbara Cassetari Sugizaki | barbara.sugizaki@unesp.br
<https://orcid.org/0000-0001-5000-6935>

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Araraquara, SP, Brasil.

Maria Rita Marques de Oliveira | maria-rita.oliveira@unesp.br
<https://orcid.org/0000-0003-1226-4364>

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), São Paulo, SP, Brasil.



Recebimento do artigo: 07-março-2021

Aceite: 22-junho-2021

SUGIZAKI, B. C.; OLIVEIRA, M. M. A soberania e segurança alimentar e nutricional na percepção da comunidade acadêmica de bacharelados em gastronomia no Brasil. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 133-146, dez. 2021.

RESUMO

O objetivo foi investigar a percepção da comunidade acadêmica dos cursos de Bacharelado em Gastronomia no Brasil sobre a temática da Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional. Foram entrevistados docentes, discentes e egressos de instituições que fornecem essa formação, cujos dados foram interpretados qualitativamente com base na análise temática de conteúdo. O referencial teórico foi pautado nas concepções vigentes de Soberania Alimentar e a Segurança Alimentar e Nutricional. Os resultados foram discutidos na ótica da colonialidade e das Epistemologias do Sul. Nos bacharelados em Gastronomia, percebe-se uma heterogeneidade de percepções para a Soberania Alimentar, com ênfase na cultura alimentar e como realizam-se as escolhas alimentares. No que tange à Segurança Alimentar e Nutricional, as dimensões da disponibilidade e da utilização destacaram-se pelas diferentes perspectivas abordadas. O acesso e estabilidade apesar de mencionados não apresentaram novos elementos, diferentemente das dimensões de agência e sustentabilidade que foram pouco mencionadas pelos entrevistados.

Palavras-chaves: Gastronomia; Segurança Alimentar e Nutricional; Soberania Alimentar; Bacharelado em Gastronomia; Formação.

ABSTRACT

The aim was to investigate the perceptions held by the general academic community of Gastronomy Bachelor's degree courses in Brazil, specifically on the themes of Food Sovereignty and Nutritional Security. Professors, graduate students and graduates of the five teaching institutions in which such graduation courses exist and the resulting data was interpreted qualitatively based on thematic content analysis. As a theoretical framework, we adopted the definition of Food Sovereignty and Food and Nutrition Security. The results found were discussed from the perspective of coloniality and from Epistemologies of the South. In Bachelor degrees in Gastronomy, it is clear that there is a heterogeneity of notions for Food Sovereignty, with a greater emphasis on food culture and how food choices are made. Regarding Food and Nutritional Security, the dimensions of availability and use stood out due to the different perspectives addressed. Access and stability, although mentioned, did not present any new elements, unlike the dimensions of agency and sustainability that were hardly mentioned by the interviewees.

Keywords: Gastronomy; Food and nutrition security; Food Sovereignty; Baccalaureate in Gastronomy; Academic Training.

RESUMEN

El objetivo fue investigar la percepción de la comunidad académica de los cursos de licenciatura en Gastronomía en Brasil sobre el tema de soberanía y seguridad alimentaria y nutricional. Se entrevistó a profesores, alumnos y egresados de las instituciones que fornecem esta formación, cuyos datos fueron interpretados cualitativamente en base al análisis temático de contenidos. El marco teórico se basó em las concepciones actuales de Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria y Nutricional. Los resultados fueron discutidos desde la perspectiva de la colonialidad y las Epistemologías del Sur. En las licenciaturas en Gastronomía, se percibe que hay una heterogeneidad de intereses para la soberanía alimentaria, con mayor énfasis en la

cultura alimentaria y cómo se toman las decisiones alimentarias. En cuanto a la seguridad alimentaria y nutricional, las dimensiones de uso y disponibilidad se destacaron desde las diferentes perspectivas abordadas. El acceso y la estabilidad, mismo siendo mencionados, no presentaban nuevos elementos, a diferencia de las dimensiones de la agencia y la sostenibilidad que fueron poco mencionadas por los entrevistados.

Palabras claves: Gastronomía; Seguridad alimentaria y nutricional; Soberanía alimentaria; Licenciatura en Gastronomía; Entrenamiento.

INTRODUÇÃO

A Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (SSAN) abrange no seu domínio de princípios e saberes elementos de interesse na formação dos cursos de Bacharelado em Gastronomia. Esses elementos podem ser observados nos objetivos dos cursos, descritos nos projetos pedagógicos dos cursos de bacharelados em Gastronomia, como por exemplo: valorização da gastronomia brasileira e regional¹, promoção da saúde², preservação do meio ambiente com respeito à biodiversidade² e atuação de forma ética^{3,4}, procurando minimizar o desperdício e os resíduos gerados, com foco na sustentabilidade e na preservação ambiental⁴. Assim, partiu-se do pressuposto de que a formação dos bacharelados em Gastronomia contempla elementos de interface com a SSAN.

A Soberania Alimentar possui seu histórico relacionado às discussões sobre alimentação decorrentes da Primeira Guerra Mundial. Após este conflito surge sua primeira compreensão, com vistas à soberania nacional, vinculada à autossuficiência produtiva de um país na dimensão agrícola (BURLANDY; MALUF, 2011). Porém, posteriormente é elaborada uma segunda compreensão da Soberania Alimentar, que por sua vez tem origem nas lutas dos camponeses, através da Via Campesina, e pauta pelo direito dos povos a alimentos nutritivos e culturalmente adequados, acessíveis, produzidos de forma sustentável e ecológica. Esta noção compreende o direito de decidir sobre seu sistema alimentar e produtivo, definindo suas políticas de produção, distribuição e consumo de alimentos acima das exigências do mercado (FMSA, 2007). Devemos considerar que a garantia da SSAN se dá quando articulada dentro de todo o sistema alimentar, conforme descrito pelo HLPE (2017, 2020).

Assim como a Soberania Alimentar, a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) é uma noção em constantes transformações e disputas. No que se refere ao Brasil, um importante marco legal utilizado como referência em SAN é a publicação da Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional (LOSAN) que define:

A segurança alimentar e nutricional consiste na realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso

¹ Objetivo dos cursos de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Bahia (UFBA, 2008) e da Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2010).

² Objetivo do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ, 2010).

³ Objetivo do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE, 2007).

⁴ Objetivo do curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará no prelo (UFC, 2021).

a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis. (BRASIL, 2006).

No âmbito da SAN, considerou-se a evolução das seis dimensões da SAN descritas pelo Painel de Alto Nível de Especialistas em Segurança Alimentar e Nutricional (HLPE, 2020) da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Nutrição (FAO). A primeira delas, a *disponibilidade* de alimentos contempla desde a produção de alimentos, de qualidade e quantidade para satisfazer a necessidade da população, considerando ainda a segurança sanitária desses alimentos e o ambiente alimentar. Os ambientes alimentares são classificados por Green e Glanz (2015) como: ambiente de nutrição da comunidade, ambiente de nutrição do consumidor e ambiente alimentar doméstico. As autoras chamam a atenção, porém, para a percepção dos consumidores sobre o ambiente alimentar, avaliando suas percepções sobre a disponibilidade de alimentos saudáveis.

Após a evolução da dimensão da disponibilidade, paralela ao aumento da produtividade de alimentos, compreendeu-se que o problema da fome já não mais diz respeito à produção de alimentos, mas a coexistência, lado a lado, da fome e dos excedentes alimentares (CASTRO, 1968, p. 456). Nesse sentido entra em debate a dimensão do *acesso*, que abrange o âmbito físico, econômico e social na garantia do acesso ao direito à alimentação, atendendo às necessidades de todos os indivíduos, ainda que estes se encontrem em situações de vulnerabilidade.

Outra dimensão importante da SAN é a *utilização*, que se refere ao uso biológico da alimentação, considerando a nutrição, a saúde e o bem-estar, e também contempla os aspectos culturais da alimentação. Nesta compreende-se também a importância da cultura alimentar, visto que trata-se do “conjunto de representações, crenças, conhecimentos e práticas herdadas e/ou aprendidas que estão associadas à alimentação e são compartilhadas pelos indivíduos de uma dada cultura ou de um grupo social específico” (CONTRERAS; GRACIA, 2011, p. 29).

Por sua vez, a dimensão da *estabilidade* diz respeito à capacidade de manutenção do acesso permanente e contínuo a alimentação, de forma que não interfira na garantia de outras necessidades essenciais (HLPE, 2020). Além dessas quatro dimensões, já compreendidas na noção brasileira, a FAO incluiu duas novas dimensões da SAN, a *agência* e a *sustentabilidade*. Em uma esfera geral,

[...] a noção de agência atribui ao ator individual a capacidade de processar a experiência social e de delinear formas de enfrentar a vida, mesmo sob as mais extremas formas de coerção. Dentro dos limites da informação, da incerteza e de outras restrições (físicas, normativas ou político-econômicas) existentes, os atores sociais são “detentores de conhecimento” e “capazes”. (LONG; PLOEG, 2011, p. 25)

Para a FAO, a dimensão da *agência* diz respeito à capacidade de indivíduos ou grupos agirem de forma independente para fazer escolhas sobre o que comem, quais alimentos produzem, e como este é produzido, processado e distribuído (HLPE, 2020).

Por fim, de acordo com este painel de especialistas, a dimensão da *sustentabilidade* engloba práticas do sistema alimentar que contribuem para a regeneração, a longo prazo, da vida natural, social e dos sistemas econômicos, garantindo que as necessidades alimentares das

gerações presentes sejam atendidas sem que comprometam as necessidades alimentares das gerações futuras (HLPE, 2020).

É importante ressaltar que as noções de SSAN não se trata de conceitos estáticos, por isso denominados neste trabalho como constructos. Estes constructos foram então identificados nas respostas elaboradas pela comunidade acadêmica dos bacharelados em Gastronomia no Brasil. Porém, também na Gastronomia partimos da leitura de Soares e colaboradores (2020) em que há convergências e divergências nos conceitos de Gastronomia apresentados na literatura.

Tradicionalmente a Gastronomia “teria suas origens na sociedade francesa moderna e que possuiria caráter de discurso e prática mediado por pressupostos de civilidade e distinção, reforçando seu poder normatizador regido por agentes considerados legitimadores” (SOARES et al., 2020, p. 153). Este discurso é denominado neste trabalho como hegemônico, visto que de acordo com Santos (2014, p. 32) “a hegemonia é um feixe de esquemas intelectuais e políticos que são vistos pela maioria das pessoas (mesmo por muitos dos que são negativamente afetados por ela) como fornecendo o entendimento natural ou único possível da vida social”. Esse discurso hegemônico vincula-se diretamente à colonialidade⁵. Entretanto,

[...] existe um movimento nascido nos meios estudantil e profissional nos últimos anos que **questiona essas bases conceituais hegemônicas, normalmente eurocêntricas**, buscando a pertinente tradução na prática profissional e universitária de uma **versão de Gastronomia compatível com a realidade brasileira** que privilegie o estudo e o reconhecimento da identidade alimentar nacional, das técnicas, dos pertencimentos, dos atores populares e dos produtos da terra, entre outras dimensões, como os novos e legítimos parâmetros do que é “clássico” no Brasil. (SOARES et al., 2020, p. 158, grifo nosso)

Desta forma, essa perspectiva mencionada pelos autores é denominada neste trabalho como contra-hegemônica, cuja característica central reside no deslocamento do olhar do Norte Global para o Sul Global. Nesta perspectiva nos interessa observar as preocupações da Gastronomia em direção à SSAN. Destacamos a atenção da Gastronomia para questões como o desenvolvimento rural e sustentabilidade (CAMPOLINA; MACHADO, 2015; ZANETI, 2017). No âmbito social, a Gastronomia também se apresenta como um importante espaço de formação e preservação de culturas e identidades sociais (DE CASTRO; MACIEL; MACIEL, 2016). Nesse sentido, alguns dos (novos) pontos de interesse da Gastronomia se aproximam de discussões realizadas pela SSAN. Sendo assim, este estudo parte dos pressupostos de que a conjuntura atual coloca a Gastronomia como importante aliada para a garantia da SSAN, na medida em que ela pode contribuir com a preservação da cultura, com novas alternativas de alimentação, entre outras possíveis ações de promoção da alimentação como direito e patrimônio. Frente a essa realidade, este trabalho justifica-se pela importância em conhecer o processo de formação de bacharelados em Gastronomia no Brasil.

A partir disso, este artigo busca responder a seguinte questão: Qual é a percepção da comunidade acadêmica dos bacharelados em Gastronomia no Brasil sobre a SSAN? Assim, tem

⁵ O conceito de colonialidade utilizado neste trabalho é definido por Quijano (2010, p. 84) como: “A colonialidade é um dos elementos constitutivos e específicos do padrão do poder capitalista. Sustenta-se na imposição de uma classificação racial/étnica da população do mundo como pedra angular do referido padrão de poder e opera em cada um dos planos, meios e dimensões, materiais e subjetivos, da existência social cotidiana e da escala societal. Origina-se e mundializa-se a partir da América”.

por objetivo identificar como docentes, discentes e egressos de cursos de bacharelado em Gastronomia definem a temática da Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo possui caráter qualitativo e exploratório, envolvendo levantamento de campo por meio de entrevistas semiestruturadas, cujos resultados foram transcritos e avaliados por meio de análise temática de conteúdo. Este método é organizado por Bardin (2016, p. 125) em “três polos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação”. As entrevistas se constituem como um instrumento adequado para a coleta de dados deste trabalho, pois tratam-se da representação da realidade: ideia, crenças, maneira de pensar; opiniões, sentimentos, maneiras de sentir; maneiras de atuar; condutas; projeções para o futuro; razões conscientes ou inconscientes de determinadas atitudes e comportamentos” (MINAYO, 2002, p. 65). Como referencial teórico adotou-se as lentes de Boaventura de Souza Santos ao deslocar o olhar para o Sul Global e suas epistemologias (SANTOS; MENESES, 2010).

Este trabalho contempla uma das perguntas de pesquisa de mestrado da autora principal, na qual a coleta de dados foi realizada através de entrevistas qualitativas com docentes, discentes e egressos dos cinco cursos de bacharelados em Gastronomia do Brasil. Em cada instituição - Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal do Rio de Janeiro e Universidade Federal Rural de Pernambuco - foram entrevistados 15 atores, com exceção da Universidade Federal do Ceará em que foram entrevistados 16 participantes, totalizando assim 76 entrevistados. Como critério de inclusão, foram convidados apenas discentes a partir do quarto semestre de formação, buscando um maior conhecimento sobre o curso e sua estrutura curricular. Em alguns casos o docente era também egresso da instituição e foram citadas em suas narrativas vivências e experiências dos dois períodos em questão. Nessas situações, os participantes refletiram sobre os diferentes momentos em sua trajetória acadêmica, destacando sobretudo a evolução da temática ao longo do tempo. Pontua-se também que dentre os docentes foram entrevistados tanto professores efetivos, quanto também aqueles com atuação enquanto substitutos.

Essas entrevistas foram aplicadas pela própria pesquisadora em agosto de 2020. O contato ocorreu através de e-mails ou redes sociais, visando dinamizar o agendamento individual. A escolha desses participantes ocorreu através do método bola de neve, no qual se iniciava a partir de um participante da instituição com envolvimento com a temática e esse indicava os próximos a serem entrevistados. Para essas indicações foi pedido para que os participantes recomendassem discentes, docentes ou egressos com pesquisas e trabalhos com a temática, ou mesmo que demonstrassem interesse por esta. Alguns dos entrevistados eram conhecidos pela pesquisadora, sejam professores ou colegas da instituição de formação, ou através de fóruns, redes, grupos de trabalho e eventos acadêmicos, sendo inclusive nestes espaços em que surgiu a motivação desta pesquisa com enfoque na formação.

As entrevistas aconteceram individualmente por meio da plataforma *Google Meet*, tendo sido gravadas, em sua maioria com recursos audiovisuais. Sua realização *online* justificase pelo contexto de distanciamento social provocado pela pandemia de COVID-19, no qual essa

estratégia se apresenta como uma alternativa viável para as pesquisas qualitativas (SCHMIDT; PALAZZI; PICCININI, 2020). Estas foram guiadas por um roteiro pré-estabelecido e tiveram duração média de 20 minutos.

Este trabalho contemplou a seguinte pergunta: Como você define Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional? É importante destacar que, apesar de a temática da SSAN ser direcionada de forma conjunta, a interpretação dos resultados foi realizada separadamente nos constructos de Soberania Alimentar e a Segurança Alimentar e Nutricional. Os dados coletados foram originalmente transcritos e interpretados qualitativamente com base na análise temática de conteúdo (BARDIN, 2016). Foram então organizados através do constructo da Soberania Alimentar, contando com três categorias, e das seis dimensões da SAN descritas pela FAO (HLPE, 2020), sendo elas: Disponibilidade, Acesso, Utilização, Estabilidade, Agência e Sustentabilidade. A partir das dimensões foram determinadas as categorias. Neste âmbito, ressalta-se que um dos importantes aspectos das categorias se trata da exclusão mútua, ou seja, um elemento não pode existir em mais de uma divisão (BARDIN, 2016, p. 149). Por fim, esclarecemos que este projeto foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética da Faculdade de Medicina de Botucatu sob o parecer CEP 3.960.097 de 08 de abril de 2020 – CAAE 29277120.4.1001.5411.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A maior parte dos estudantes entrevistados são pessoas com idades compreendidas entre 20 e 30 anos. Além dessa faixa etária, embora em menor frequência, há também estudantes com idade acima de 30 anos. Dentre os egressos e professores, a maior parte também são adultos, embora em idade superior à dos estudantes. Dos docentes, 10 dos 26 (38,5%) possuem formação superior em Gastronomia – tecnológico ou bacharelado. Destes, dois deles a Gastronomia foi a segunda área de formação. Há uma forte presença de nutricionistas, representando 8 dos 26 docentes. Porém, não houve predomínio de nenhuma outra formação, sendo formados por diversas áreas do conhecimento. Ao todo, foram entrevistadas 76 pessoas, sendo 46 mulheres e 30 homens, ou seja, predominantemente mulheres, representando 60,5% dos participantes.

Os resultados foram discutidos separadamente nos constructos de Soberania Alimentar e da SAN, e as categorias subdivididas a partir das dimensões da SAN, conforme organizado pelo Quadro 1, apresentado a seguir:

Tabela 1. Categorias de Análise

Constructo	Dimensão	Frequência (%)	Categoria
Soberania Alimentar		81,6	Fundamento Enunciado pela Ciência Política
			Fundamento Enunciado pela Via Campesina
			Fundamento Enunciado pela Gastronomia
Segurança Alimentar e Nutricional	Disponibilidade*	88,1	SAN com Foco na Produção de Alimentos SAN com Foco no Ambiente Alimentar SAN com Foco na Segurança Sanitária
	Acesso	76,3	SAN – Acesso
	Utilização	76,3	SAN - Utilização com Foco na Narrativa Biológica
			SAN - Utilização com Foco na Narrativa Cultural
			SAN - Utilização com Foco na Narrativa Integrada
	Estabilidade	27,4	SAN – Estabilidade
	Agência	22,4	SAN - Agência
Sustentabilidade	10,5	SAN - Sustentabilidade	

* Diferente das demais categorias a dimensão da disponibilidade foi categorizada em sete diferentes agrupamentos.

Soberania alimentar

No que diz respeito à Soberania Alimentar, a maior parte dos entrevistados realizou alguma definição sobre este constructo, que puderam ser agrupadas em três diferentes categorias de análise. A primeira categoria trata-se da abordagem da autossuficiência produtiva, cujo fundamento é enunciado pela ciência política, destacando-se a capacidade do país de produção de alimentos, bem como a independência do mercado externo para fornecer alimentos à população, remontando assim às origens do termo Soberania Alimentar. A segunda converge com a enunciada pela Via Campesina, no qual se ressalta o papel do produtor de alimentos, muitas vezes organizados em movimentos sociais, em determinado território, a buscar seu direito de escolha de produção. Ou seja, sua autonomia dentro do sistema alimentar, com vistas à manutenção das variedades das sementes, das culturas alimentares e considerando a sustentabilidade.

Diferente dessas categorias tradicionais houve o reconhecimento de uma terceira abordagem, cujo fundamento é enunciado pela própria Gastronomia. Nesse sentido, a soberania do país ou a autonomia do produtor dá lugar para uma autonomia no consumo e nas escolhas alimentares, conversando mais proximamente com a Gastronomia. Esta terceira noção observada nas falas dos entrevistados abrange a autonomia do indivíduo na sua alimentação, considerando aspectos como a cultura alimentar, a identidade alimentar, os hábitos alimentares, as escolhas alimentares, o patrimônio, as tradições, a biodiversidade, o conhecimento do comensal sobre o sistema alimentar e destaca-se por seu enfoque no

fortalecimento e valorização das cozinhas e culinárias locais e regionais na constituição de uma Gastronomia essencialmente brasileira. Embora esse grupo não faça referência histórica às construções preexistentes de Soberania Alimentar percebe-se uma postura de valorização do local, do tradicional e da autonomia individual alinhada com um novo paradigma de sociedade, com a incorporação de novos elementos a Soberania Alimentar.

Assim, a releitura realizada por este campo apresenta um caráter inovador para o constructo de Soberania Alimentar, convergente com o campo teórico da Antropologia da Alimentação ao observar os aspectos culturais das escolhas alimentares. Nesta, os participantes questionaram a dominação, sobretudo, europeia que ocorre através da alimentação. É nesta ótica que o deslocamento do olhar do Hemisfério Norte para o Sul indica uma subversão que levam a uma pluralidade de lugares e contextos, que permitem identificar uma epistemologia do Sul com vistas à valorização de conhecimentos antes desvalorizados, locais (SANTOS; MENESES, 2010). Ao observar as três dimensões citadas, os resultados reforçam a importância da democratização da Gastronomia para a soberania dos povos, convergindo com a sustentabilidade e com a Segurança Alimentar e Nutricional (CAMPOLINA; MACHADO, 2015). O fortalecimento da gastronomia brasileira, com vistas à identidade do consumidor, mencionado pelos entrevistados, também reforçou a inquietação de Instituições de Ensino Superior em relação a uma Gastronomia essencialmente brasileira (BRANDÃO, 2018).

Segurança alimentar e nutricional

No que diz respeito a SAN, na dimensão da disponibilidade foram identificados três principais componentes nas falas, sendo eles: Produção de Alimentos, Ambiente Alimentar e Segurança Sanitária. Porém, diferentemente das demais categorias de análise organizadas de forma exclusiva, nesta dimensão em uma mesma fala foram identificados dois ou mais componentes, conforme apresentado pela Figura 1:

Figura 1. Frequência dos componentes da disponibilidade de Alimentos: (1) Foco na Produção; (2) Foco no Ambiente Alimentar; e (3) Foco na Segurança Sanitária.



Assim, apenas nessa dimensão, foram identificados sete diferentes olhares, categorizados: Foco no Ambiente Alimentar (17); Foco na Produção e no Ambiente Alimentar (15); Foco na Produção, no Ambiente Alimentar e na Segurança Sanitária (11); Foco na Produção (7); Foco na Produção e no Ambiente Alimentar (6); Foco na Produção e na Segurança Sanitária (5); e Foco na Segurança Sanitária (5). Em relação à produção do alimento considerou-

se desde a disponibilidade quantitativa destes, até a forma em que ocorre esta produção, tratando sobre o modelo produtivo e escala em que ocorre esta produção.

O segundo componente por sua vez se refere ao ambiente alimentar, que se relaciona à disponibilidade de alimentos saudáveis, influenciando no consumo alimentar e hábitos alimentares. O ambiente alimentar foi o foco mais citado pelos entrevistados, que mencionaram elementos de cinco dimensões do ambiente alimentar descritas por Caspi e colaboradores (2012): disponibilidade, acessibilidade (física), acessibilidade (econômica), acomodação e aceitabilidade. Nessas falas destacaram-se aspectos como: a qualidade dos alimentos disponíveis aos consumidores, a proveniência desses alimentos, a viabilidade econômica de alimentos de qualidade, o modelo de abastecimento e de distribuição, e até mesmo o acesso ao conhecimento para discernir sobre a qualidade dos alimentos. Esse foco além de o mais citado isoladamente foi também o mais mencionado em conjunto com a produção e/ou com a segurança sanitária, destacando-se como um ponto de grande importância para a comunidade acadêmica dos cursos de bacharelado em Gastronomia.

Já sobre a Segurança Sanitária, ou Segurança do Alimento, foram mencionadas questões como a qualidade higiênico-sanitária, microbiológica, o alimento livre de Doenças Transmitidas por Alimentos (DTAs), cuja manipulação é realizada de modo correto, respeitando as normas da Vigilância Sanitária. Assim, no que se refere à disponibilidade, diferentemente das outras categorias em que realizamos de forma excludente, nesta observamos as três abordagens. Nestes casos, em que a fala do entrevistado abrangia os três enfoques identificados, percebe-se um amplo entendimento da disponibilidade do alimento.

Por sua vez, a dimensão do acesso, apesar de mencionada por boa parte dos entrevistados, não agregou outras interpretações, ficando restrita a referência estabelecida pela LOSAN e ao direito humano a alimentação. Esta dimensão não se refere apenas à disponibilidade de alimentos, mas ao acesso físico e econômico a alimentos em qualidade e em quantidade para toda a população. Em relação ao aspecto econômico, destaca-se a presença de algumas abordagens equivocadas, como:

Eu acho que também não precisa ter dinheiro. E aí que, que vem a questão de você conhecer o que você pode comer, porque... É... **às vezes por falta de conhecimento, muita gente passa fome.** A gente vê é... Que de um país que era basicamente rural né?! Se tornou um país em que as pessoas moram nas cidades. E teve esse vínculo cortado né?! (DOCENTE 1, UFPB, grifo nosso)

Assim como o exemplo abaixo também carece de maior aprofundamento:

Que no caso que a gente vive hoje, você vê que o alimento bom, ele, o alimento soberano no caso, ele se limita até uma parte da sociedade. Até, por exemplo, a classe alta ou a média alta. E eu acho, eu acredito que seja isso. (DISCENTE 6, UFRJ)

Percebe-se, assim que ambas as leituras demandam outras associações, como o acesso à terra e condições mínimas de produção, ou ainda modelos alternativos que garantam sua distribuição e assim o acesso físico ao alimento. Bem como, no segundo caso, se faz necessário discutir que nem sempre o alimento mais caro economicamente é o de melhor qualidade. Assim, pontua-se que um olhar mais abrangente sobre a dimensão do acesso e as condições do ambiente alimentar é essencial nesse campo de formação.

A dimensão do uso também pode ser dividida em três categorias, denominadas como: Narrativa Biológica, Narrativa Cultural e Narrativa Integral. Em relação à Narrativa Biológica houve destaque no âmbito nutricional, no qual se restringiu aos aspectos da promoção da saúde, no âmbito estritamente biológico. Neste, foram mencionadas questões como: balanceamento adequado de nutrientes, considerando aspectos como a desnutrição e obesidade; alimentação saudável; necessidades do corpo, relacionadas à digestão; assim como o bem-estar e a qualidade de vida promovidos por uma alimentação saudável. Porém, ainda que esta dimensão seja até mesmo denominada como “utilização biológica” essa também abarca o papel social da alimentação, que apresentou de grande importância para estes atores. Nesta categoria, foram mencionados pontos convergentes com os mencionados sobre a soberania alimentar, como: valores históricos; tradições; respeito aos costumes e crenças; identidade alimentar; cultura alimentar; hábitos alimentares; escolhas alimentares; alimentação do espírito; e necessidades subjetivas, sejam elas individuais ou sociais. Essa categoria relaciona-se mais proximamente à antropologia da alimentação e demonstra ser de igual importância ao âmbito nutricional para esses atores. A terceira categoria identificada nesta dimensão refere-se à saúde em seu ponto de vista integral, na qual além da dimensão biológica/nutricional considera os aspectos sociais, culturais e individuais. Esta foi a mais citada pelos entrevistados, representando uma importante característica desses atores rumo a uma compreensão mais ampliada para a saúde, ou seja, com uma perspectiva de Saúde Integral.

As três últimas dimensões foram às menos frequentes nas falas dos entrevistados, sendo identificadas em falas de atores que demonstraram com maior propriedade a definição da SAN estabelecida pela LOSAN. Nesta, a estabilidade foi abordada no sentido de uma alimentação diária, regular, permanente e contínua. Nesta dimensão também é mencionada a importância na garantia de outras necessidades essenciais como aspecto da garantia da SAN. Em relação à dimensão da agência é importante pontuar que esta não foi incorporada pelas definições e legislações brasileiras, sendo incorporada neste ano pela FAO (HLPE, 2020). Este fato pode justificar sua pequena frequência, observada, sobretudo, em falas relacionadas à Soberania Alimentar. Nesta, utilizamos como critério de inclusão a participação social e autonomia dos indivíduos sobre a sua alimentação, ou seja, é a capacidade de uma pessoa agir livremente.

Deste modo é importante salientar que, a respeito desta categoria, foi adotado como critério de exclusão o âmbito do consumo, no que tange à capacidade do consumidor em discernir sobre a sua alimentação, este aspecto é contemplado na dimensão da disponibilidade, por exemplo, a respeito do Ambiente Alimentar. O sentido de agência explorado por essa categoria não é apenas o atributo individual, mas a capacidade deste ator em influenciar outros, “a agência efetiva requer a geração/manipulação estratégica de uma rede de relações sociais e a canalização de itens específicos (como reivindicações, ordens, bens, instrumentos e informação) através de certos pontos fundamentais de interação” (LONG, PLOEG, 2011, p. 26). Nesse sentido, a agência para a SAN relaciona-se à participação de diversos atores na garantia do direito à alimentação e as estratégias de desenvolvimento local.

A última dimensão se refere à sustentabilidade, que apesar de incorporada enquanto dimensão pela FAO apenas em 2020 já era contemplada pela definição estabelecida pela LOSAN. Esta dimensão, no entanto, chamou atenção pela pequena quantidade de

entrevistados que citaram a sustentabilidade, o respeito ao meio ambiente e questões ambientais. Assim, a baixa frequência dessa dimensão demonstra uma grande lacuna com os próprios objetivos de cursos propostos em alguns dos projetos pedagógicos que contemplam a sustentabilidade e o meio ambiente. De fato, existe um esforço de inserção da agenda 2030 nos processos acadêmicos, mas isso ainda permanece no campo teórico. Pontua-se também que nesta categoria poderíamos considerar uma abordagem socioecológica, na qual consideraríamos o ser humano como parte integrante da natureza e do meio ambiente, e não dissociados deste. Segundo Menezes e colaboradores (2020, p. 108) "o paradigma atual da agricultura moderna impõe uma exaustão dos solos, dos ecossistemas e de todos os ambientes físicos que conseqüentemente, atinge os seres humanos, provando o que podemos denominar de crise socioecológica". Neste caso, a responsabilidade do comer ampliaria a condição dos impactos no aspecto biológico, mas consideraria os demais seres vivos e a própria terra. Entretanto, essa abordagem não se mostrou evidente para os entrevistados, sendo mencionada pontualmente por apenas um docente.

CONCLUSÃO

Deste modo, foi identificado neste estudo que a comunidade acadêmica dos bacharelados em Gastronomia apresenta uma heterogeneidade de noções para a Soberania Alimentar, refletindo concepções tradicionais e inovadoras. Essas correspondem à autossuficiência produtiva e à enunciada pela Via Campesina, enquanto a terceira, mais próxima à Gastronomia, refere-se às escolhas alimentares, com enfoque na cultura alimentar. Em todas as abordagens, o enfoque no local, regional e nacional sobre o sistema alimentar se mostra como um elemento importante para a Gastronomia. Esses elementos são centrais nesta discussão por questionarem a hegemonia de uma gastronomia europeia, pautada na colonialidade, e deslocarem a valorização e importância para a Gastronomia do Sul. Ou seja, por conhecimentos e técnicas que respondam às necessidades locais.

No que diz respeito à SAN, destaca-se que enquanto algumas dimensões foram muito enfatizadas e por diferentes abordagens, outras foram mencionadas em menor frequência e de forma superficial. Assim, das seis dimensões descritas pela FAO se destacaram nas falas desses atores a disponibilidade e a utilização. Em relação à dimensão da disponibilidade é importante observar que a maioria dos participantes possui uma ampla compreensão desta dimensão, considerando tanto a segurança sanitária e a qualidade do alimento, mas sobretudo a importância do ambiente alimentar e o modo no qual o consumidor realiza suas escolhas alimentares. No que tange à utilização, destaca-se que a categoria mais frequente foi a Narrativa Integral, na qual as Narrativas Biológica e Cultural demonstraram ser de igual importância para esses atores. Essa compreensão da integralidade é um ponto central, pois indica uma possibilidade de atuação do profissional bacharel em gastronomia na promoção da saúde. A categoria do acesso, por sua vez, apesar de bastante frequente nas respostas, não incorporou outras compreensões.

Em contrapartida as categorias menos mencionadas foram: sustentabilidade, agência e estabilidade. Em relação à sustentabilidade, esta foi a dimensão menos explorada pelos entrevistados, indicando a necessidade de aprofundamento dos bacharelados em Gastronomia

sobre essa questão. A dimensão da agência por seu caráter inovador, recém agregado enquanto dimensão, e por um teor mais político, poderia se esperar uma baixa apropriação pelos atores entrevistados. A categoria da estabilidade, por sua vez, foi observada nas falas daqueles que demonstravam maior propriedade com a temática da SAN.

Ainda que as três últimas dimensões mencionadas tenham aparecido de forma menos frequente na fala dos 76 entrevistados é importante se pontuar que do constructo de Soberania Alimentar e das seis dimensões do constructo da SAN, a maior parcela dos entrevistados identificou quatro ou mais categorias. Nesse sentido, o conhecimento sobre SSAN compõe parte do repertório de saberes da comunidade acadêmica dos bacharelados em Gastronomia no Brasil. Este fato é importante, pois contradiz o paradigma hegemônico, da abundância e do hedonismo, deslocando o olhar destes profissionais para uma compreensão ampla do sistema alimentar e suas implicações sociais, culturais, biológicas e ambientais.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRANDÃO, B. H. P. **Bacharelado como instância de legitimação do saber gastronômico: uma análise do campo a partir de experiências formativas na Universidade Federal do Ceará**. [s.l.] Universidade Federal do Ceará, 2018.
- BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006**. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Brasília, 2006. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11346.htm.
- BURLANDY, L.; MALUF, R. Soberania alimentar: dimensões de um conceito em construção e suas implicações para a alimentação no cenário contemporâneo. In: TADDEI, J. A. (Ed.). **Nutrição em Saúde Pública**. Rio de Janeiro: Rubio, 2011. p. 457–470.
- CAMPOLINA, R. DE L.; MACHADO, L. R. DE S. Gastronomia sustentável, formação do gastrônomo e desenvolvimento local. **Competência**, v. 8, n. 2, p. 125–144, 2015.
- CASPI, C. E. et al. The local food environment and diet: A systematic review. **Health and Place**, v. 18, n. 5, p. 1172–1187, 2012.
- CASTRO, J. DE. **Geopolítica da Fome**. 8. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1968.
- CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.
- DE CASTRO, H. C.; MACIEL, M. E.; MACIEL, R. A. Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia. **Ágora**, v. 18, n. 1, p. 18, 2016.
- FMSA. **Declaração de Nyélény**. Nyélény: [s.n.]. 2007.
- GREEN, S. H.; GLANZ, K. Development of the Perceived Nutrition Environment Measures Survey. **American Journal of Preventive Medicine**, v. 49, n. 1, p. 50–61, 2015.
- HLPE. High Level Panel of Experts. 2017. Nutrition and food systems. **Committee o World**

Food Security (CFS), v. 44, n. September, p. 150, 2017.

HLPE. Food Security and Nutrition: Building a Global Narrative towards 2030. **Research Guides**, 2020.

LONG, N.; PLOEG, J. D. VAN DER. Heterogeneidade, ator e estrutura: para a reconstituição do conceito de agência. In: **Os atores do desenvolvimento rural, perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. p. 21–48.

MENEZES, A. J. DE S. et al. A Agroecologia e a Relação Sociedade/Natureza: um diálogo para além da Academia. In: **Agroecologia e Territorialidades: do estado da arte aos desafios do século XXI**. Juazeiro: UNIVASF, 2020. p. 108–125.

MINAYO, M. C. DE S. **Pesquisa Social : teoria, método e criatividade**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

QUIJANO, A. Colonialidade do poder e classificação social. In: **Epistemologias do Sul**. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 84–130.

SANTOS, B. DE S. **Se Deus fosse um ativista dos Direitos Humanos**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2014.

SANTOS, B. S.; MENESES, M. P. G. **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SCHMIDT, B.; PALAZZI, A.; PICCININI, C. A. Entrevistas online: potencialidades e desafios para coleta de dados no contexto da pandemia de COVID-19. **Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social**, v. 8, n. 4, p. 960, 2020.

SOARES, C. M. P. et al. Conceitos de Gastronomia: um debate sobre dissonâncias e convergências na literatura científica. **Confluências Culturais**, v. 9, n. 2, p. 147–161, 2020.

UFBA. **Projeto Pedagógico do Curso Superior em Gastronomia: Bacharelado**. Salvador: UFBA, 2008.

UFC. **Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia**. Fortaleza: UFC, 2021. No prelo.

UFPB. **Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Gastronomia Modalidade: Bacharelado**. João Pessoa: UFPB, 2010.

UFRJ. **Projeto Pedagógico do Curso Superior em Gastronomia: Bacharelado**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. Disponível em: <<http://injc.ufrj.br/Formação/graduacao-gastronomia/>>

UFRPE. **Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia e Segurança Alimentar**. Recife: UFRPE, 2007.

ZANETI, T. B. **Cozinha de Raiz: As relações entre chefs, produtores e consumidores a partir de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea**. [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017.

Comunidade caiçara da Vila do Aventureiro, Ilha Grande, Brasil: uma análise do padrão e produção alimentar

Aventureiro caiçara community, Ilha Grande, Brasil: an analysis of food and production pattern

Comunidad caiçara Vila do Aventureiro, Ilha Grande, Brasil: análisis del patrón y la producción de alimentos

Juliana Fernandes Silva de Oliveira | prof.julianaferoli@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4344-0271>

Instituto Federal de Bahia (IFBA), Valença, BA, Brasil.

Juzânia Oliveira da Silva Brandão | juzania@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2404-5153>

Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil.

Recebimento do artigo: 07-março-2021

Aceite: 24-junho-2021



OLIVEIRA, J. F. S.; BRANDÃO, J. O. S. Comunidade caiçara da Vila do Aventureiro, Ilha Grande, Brasil: uma análise do padrão e produção alimentar. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n.2, p. 147-163, dez. 2021.

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar as mudanças sofridas pela população da Vila do Aventureiro, no modelo de produção e no padrão alimentar. A Vila do Aventureiro é uma comunidade caiçara situada na Ilha Grande, no município de Angra dos Reis, litoral sul do estado do Rio de Janeiro, Brasil. Os “Filhos do Aventureiro”, como se autodenominam, constroem seus conhecimentos a partir do que o meio ambiente historicamente lhes fornece, desenvolvendo sua subsistência, baseada na pesca e no plantio em roças. Esta pesquisa qualitativa, por meio de enfoque fenomenológico, utilizou-se de levantamento bibliográfico, entrevistas semiestruturadas e observação direta, com sistematização e análise dos dados. O espaço físico e as práticas culturais da população foram cerceadas durante anos e, o que, antes, era produzido ou coletado no território da comunidade, passou a ser comprado na cidade, para alimentação de moradores e turistas, alterando, significativamente, o saber-fazer tradicional alimentar dessa comunidade e sua cultura, muitas vezes sustentada por mutirões e relações de parentesco e compadrio. A alimentação tradicional é compartilhada somente entre os moradores locais.

Palavras-chaves: Gastronomia; Modelo de produção; Padrão alimentar; Comunidade Caiçara; Vila do Aventureiro.

ABSTRACT

This article is aimed to analyse changes that Aventureiro Village's peoples have gone through, in production model and food pattern. Aventureiro Village is a caiçara Community located in Ilha Grande, in Angra dos Reis city, on the Southern coast of Rio de Janeiro state, in Brazil. “Filhos do Aventureiro”, as they call themselves, build up their knowledge from what environment provide historically, developing livelihood based on fishing and plantations. This qualitative phenomenological research was composed by bibliographical survey, semi-structured interviews and direct observation, with systematisation and analysis of data. That population's physical space and cultural practices were restricted during years, so what it used to be produced and collected in the territory of the community before that have been bought in the city, to local residents and tourists food, altering meaningfully this community's culture and traditional know-how related to food, often supported by collective efforts and family relationships. Traditional meals are shared only with local residents.

Keywords: Gastronomy; Production model; Food pattern; Caiçara Community; Aventureiro Village.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar los cambios experimentados por la población del Pueblo de Aventureiro, en el modelo de producción y en la norma alimentaria. Pueblo de Aventureiro es una comunidad Caiçara, en Ilha Grande, Angra dos Reis, costa sur de Rio de Janeiro, Brasil. Los “Filhos do Aventureiro”, como se llaman a si mismos, construyen su conocimiento por lo que historicamente ofrece el medio ambiente, desarrollando su sustento basado en la pesca y la cosecha del campo. Esta investigación cualitativa, con enfoque fenomenológica, utilizó levantamiento bibliográfico, entrevistas semi-estructuradas y observación directa, con sistematización y análisis de datos. El espacio físico y las prácticas

culturales de la población se redujeron durante años resultando en comprar en la ciudad de lo que antes se producía o recolectaba en el territorio de la comunidad, para alimentación de los residentes y turistas, alterando significativamente el conocimiento tradicional de la comida de esa comunidad y su cultura, previamente basado en esfuerzos conjuntos y relaciones de parentesco y compadreo. La comida tradicional se comparte solo entre los residentes locales.

Palabras claves: Gastronomía; Modelo de Producción; Norma Alimentaria; Comunidad Caiçara; Pueblo del Aventureiro.

INTRODUÇÃO

As populações tradicionais baseiam-se na experiência que têm com o espaço socioambiental. Vale evidenciar que a analogia de pertencimento à terra é essencial a elas. Ao entender suas práticas, percebe-se o valor dessas vivências, dos fazeres e saberes construídos a partir da relação dessas populações com sua terra e com a sociedade.

As populações caiçaras têm suas origens no início da colonização com a miscigenação cultural entre indígenas, negros e portugueses, sendo também conhecidos por comunidades que tinham seu principal sustento com os insumos do mar - pescadores agricultores e artesãos. Descreve-se assim esses habitantes do litoral, seus hábitos, culturas, convergindo a uma identidade de práticas e crenças comuns a essas populações.

Os "Filhos do Aventureiro", como se autodenominam os moradores da Vila do Aventureiro, são uma pequena comunidade caiçara que vive a sudoeste da Ilha Grande. A vivência com o meio natural que o cerca os fez aprimorar conhecimentos para sua sobrevivência. Sua produção é basicamente para sustento familiar que, antigamente, provinha do que vinha de "roçar" e "matar peixe". As roças diminuíram, algumas casas de farinha fecharam, a pesca ocorre em menor escala. O turismo representa um modelo de produção moderno praticado na comunidade.

Na alimentação do Aventureiro figuram a mandioca e o peixe, considerados itens que garantiram, durante a existência da comunidade, sua segurança alimentar e nutricional, além de um complemento financeiro para as famílias, que vendiam seus excedentes de produção em Angra dos Reis. Hoje em dia, sua alimentação é a mesma servida aos turistas, os pratos feitos. A alimentação tradicional é resguardada aos membros da comunidade, apenas aos com quem têm maior afinidade.

REFERENCIAL TEÓRICO

Populações tradicionais brasileiras

O sentimento de pertença e a memória têm uma ligação fenomenológica muito próxima (POLLAK, 1992; SAHLINS, 1978). Os saberes transmitidos são ressignificados pela comunidade, o que define quem são e como vivem os agrupamentos humanos, já que "o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu" (GEERTZ, 1973, p. 5, tradução nossa). O que faz sentido ao indivíduo precisa ter sentido coletivo.

Como expõe Barretto Filho (2001, p. 147), o termo “população tradicional” traz consigo certa imprecisão e mistificação, conservados por comodidade para designar certos tipos de sociedade, e, por essa rotulação, supõe-se haver um congelamento de suas peculiaridades culturais a fim de que se consolide uma tradição, que acabam por se tornar como requisitos à “obtenção do título” de tradicional perante as sociedades não tradicionais. Neste contexto as tradições se referem aos aspectos culturais que são transmitidas intergeracionalmente como referências não amalgamadas para a continuidade da comunidade (costumes, crenças, língua, rituais, modelos de produção).

Essa designação se aplica aos povos e comunidades tradicionais brasileiros, que a política classifica como indígenas, quilombolas, comunidades de terreiro, extrativistas, ribeirinhos, caboclos, pescadores artesanais, pomeranos, caiçaras, dentre outros integrantes de diferentes biomas, ecossistemas, e que estejam em áreas rurais ou urbanas (VIANNA, 2008).

Neste contexto, torna-se imprescindível desvincular a ideia minimalista de que o progresso e o desenvolvimento estejam atrelados a fatores meramente econômicos, pois essas comunidades têm muito mais a contribuir por meio de seus valores construídos a partir de suas relações com o “outro”, social ou ambiental. Definidas por esse viés econômico por Arruda (1999, p. 79), as populações tradicionais caracterizam-se pelo contato com as sociedades urbanas para compra e venda de insumos, com o “uso intensivo de mão de obra familiar, tecnologias de baixo impacto derivadas de conhecimentos patrimoniais e, normalmente, de base sustentável”.

As populações caiçaras

Os caiçaras provêm de miscigenação entre o colonizador português, o índio e o negro, e foram chamados de gentes do mar, pescadores-lavradores, pescadores artesanais, população tradicional não-indígena (LEITÃO, 2011; CALLOU, 2010; VIANNA, 2008). Remanescentes tradicionais, sem desligar da sociedade urbana, onde compram e vendem insumos (VIANNA, 2008; MUSSOLINI, 1980; ADAMS, 2000b).

A academia convencionou chamá-los “caiçaras”, já que estão contidos no grupo de habitantes do litoral dos estados do Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro, segundo Adams (2000b), embora compartilhem hábitos comuns por todo o litoral do Brasil (MUSSOLINI, 1980; ADAMS, 2000a), saberes e fazeres, normas, proibições, estratégias, crenças, valores, mitos transmitidos de geração para geração (MORIN, 2000). Embora o termo “caiçara” tenha se consolidado após pesquisas de cientistas sociais entre as décadas de 1940 e 50 (COSTA, 2009), ele é bastante utilizado pelo habitante do litoral, numa tentativa de reconstruir e fortalecer sua identidade cultural (VIANNA, 2008) quando é preciso ter reconhecidos seus direitos, além de seu modo de vida e de trabalho.

Mussolini (1980) e Adams (2000) também mencionam o elo formado entre as populações caiçaras, centros urbanos e semiurbanos, por relações que permeiam a economia, a política e a religião. Pois a cultura caiçara é uma evolução pautada pelos movimentos do ambiente em que está inserida a comunidade e pelo contato com outras populações, sejam elas tradicionais ou modernas (LEITÃO, 2011).

Suas atividades cotidianas estão associadas a simbologias, mitos e rituais, e o produto de seu trabalho não pode ser considerado como meramente material pois existe aqui um valor simbólico oriundo dos fazeres e crenças das gerações anteriores que levam em consideração o

entrelaçamento das três funções do conhecimento – “representar, organizar e legitimar as relações dos homens entre si e deles com a natureza” (DIEGUES, 2001, p. 63).

É interessante ressaltar um aspecto que distingue as “populações tradicionais”, e mais especificamente, as “caiçaras”, o sentimento de pertencimento que ultrapassa os rótulos criados pela sociedade moderna. Identificam-se, geralmente, como “filhos do lugar”.

Modelo de produção e padrão alimentar de comunidades caiçaras

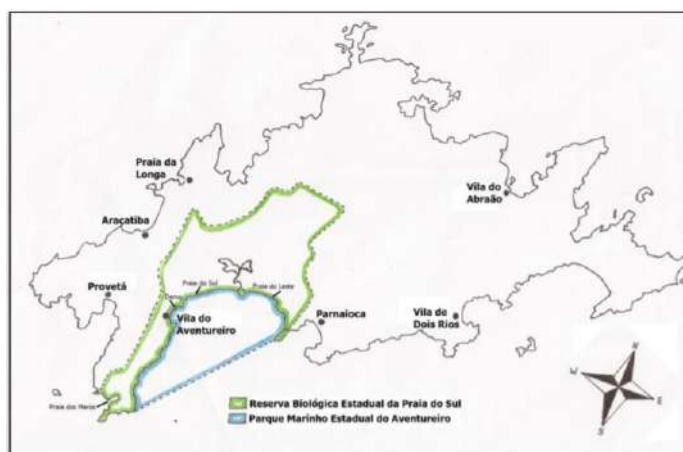
Justificando a definição de “pescadores-lavradores”, as populações caiçaras têm como base do trabalho e da alimentação produtos da terra e do mar (BEGOSSI, 2006). Existem diversos estudos cujo cerne é a pesca, trabalho do homem, entretanto, há rasa literatura sobre o espaço e o trabalho feminino nessas comunidades (BECK, 1991). A base da produção de uma comunidade litorânea encontra-se na agricultura, atividade predominantemente feminina, e na pesca, predominantemente masculina (ADAMS, 2000; WOORTMANN, 1991).

Acerca do trabalho nas roças, havia abundância de produtos provenientes de seu cultivo, e a agricultura itinerante, de herança indígena (MUSSOLINI, 1980; ADAMS, 2000b), era bem abastada, sendo até considerada a principal atividade durante muito tempo. A pesca artesanal coexistia numa relação de “complementaridade” (WOORTMANN, 1991) de atividades, até porque o produto do trabalho na terra e no mar se complementam em nutrientes, e pela perspectiva de gênero, porque o trabalho masculino e o trabalho feminino são importantes juntos, e um para o outro.

Os “Filhos do Aventureiro”

A Vila do Aventureiro fica a sudoeste da Ilha Grande, na praia de mesmo nome, com 800 m de extensão. A ilha, por sua vez, situa-se no município de Angra dos Reis, na região da Costa Verde, ao sul do Estado do Rio de Janeiro. Tem 193 km² de área total, sendo a maior ilha do Estado, distante 150km do Rio de Janeiro e 400km de São Paulo, dois grandes centros urbanos (SANTOS, 2006).

Figura 1. Localização da Vila do Aventureiro antes da recategorização para a RDS



Fonte: SILVA, 2013

Desde 2014, o território da comunidade está dentro dos limites da Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) do Aventureiro, quando foi criada pela redução do limite

da Reserva Biológica (REBIO) da Praia do Sul e pela recategorização do Parque Estadual Marinho do Aventureiro (PEMA). A RDS do Aventureiro possibilita a preservação dos ecossistemas a partir das lentes da cultura caiçara, seu uso dos recursos naturais e as práticas tradicionais desenvolvidas pela população (RIO DE JANEIRO, 2014).

Antes disso, por ter sido sobreposta por duas Unidades de Conservação de Proteção Integral, a vila teve, por muitos anos, suas práticas cotidianas tradicionais cerceadas, já que a categoria REBIO proíbe a interferência humana em seu interior. Por outro lado, isso protegeu a área da especulação imobiliária e da intensificação do turismo, que se tornaram expressivos na região a partir da abertura da Rodovia Rio-Santos (BR-101), entre 1973 e 1975, dando acesso aos lugares que, antes, eram quase inacessíveis. Hoje em dia, a população do Aventureiro vive praticamente do turismo, atividade sazonal, entre novembro e março.

METODOLOGIA

Esta pesquisa surgiu da pesquisa de mestrado da autora, que resultou na dissertação "Filhos do Aventureiro: um olhar para gênero, transmissão de saberes, unidades de conservação e turismo". O quadro teórico foi a fenomenologia, encarregada da busca pelo conhecimento das essências, que "exalta a interpretação do mundo que surge intencionalmente à nossa consciência" (TRIVIÑOS, 1987, p. 47), busca a relação entre o aparecer do objeto e o que aparece, para compreender o fenômeno em sua estrutura.

Sendo uma pesquisa qualitativa, não se fixou em analisar números, mas os processos sociais vivenciados (DENCKER, 1998). Ademais, optou-se por uma pesquisa descritiva-explicativa pela necessidade de identificar os fenômenos e proceder a sua descrição, identificando apontamentos do que contribui para sua ocorrência (GERHARDT e SILVEIRA, 2009; PRODANOV e FREITAS, 2013). A este estudo de caso, "cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente" (TRIVIÑOS, 1987, p. 133), foi necessário levantamento bibliográfico e documental para construir a base teórica do estudo.

As entrevistas ocorreram em 2013, como "conversas casuais" (GIL, 2002), com membros de 7 núcleos familiares da Vila do Aventureiro, compostos por mulheres, homens, jovens e idosos, assim subdivididos em núcleos mais próximos à dimensão tradicional (pesca e roça) e em núcleos mais próximos à dimensão moderna de produção (turismo). Analisaram-se as mudanças no modelo de produção e no padrão alimentar da comunidade. Esses dados foram comparados aos obtidos na observação direta dos processos cotidianos, com registro dos dados, por gravação de áudios e vídeos, fotografias e notas, à medida de sua ocorrência, espontaneamente, sem roteiro fechado, embora houvesse um delineamento prévio dos dados essenciais a serem registrados (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Após o levantamento de dados, foram feitas a sistematização e sua análise, com a construção temporal de práticas cotidianas de "antes" e de "agora", e, depois, uma análise de conteúdo, mencionada por Triviños (1987). Ainda seguindo o que foi proposto pelo autor, foram postas as respostas, recortadas por categorias de assuntos, gênero (masculino e feminino) e de gerações (avós, pais, filhos).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

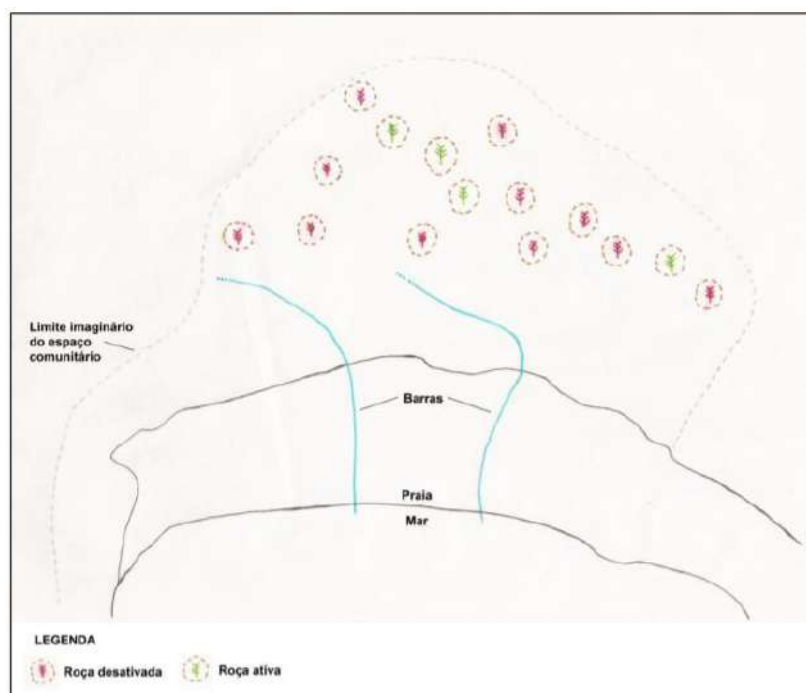
“Roçar” e “Matar peixe”: modelos de produção tradicional do Aventureiro

Os “Filhos do Aventureiro” constroem seus conhecimentos a partir do que o meio ambiente historicamente lhes fornece como recurso e base de vida, fazendo desenvolver sua subsistência, que não significa apenas o “ter para comer”, mas ter como prover recursos para a casa, a família, o trabalho e o lazer.

A produção é para o sustento familiar, mesmo que os “Filhos do Aventureiro” não subsistam mais somente por isso. Assim, os gêneros se complementam, sendo um o “suposto” da produção do outro. Em Baquero e Cremonese (2006, p. 31), a ênfase do caráter produtivo do capital social “está na obtenção da cooperação espontânea para a produção de bens coletivos”. Nas roças, costumava-se plantar mandioca [brava], aipim, batata-doce, feijão, arroz, milho, guando, banana, café, abóbora, cana-de-açúcar, inhame, cará, coco, abacate, goiaba, limão, manga, mamão, “o que plantava dava, se plantar hoje ainda dá”, mas havia abundância de plantio de mandioca, já que fabricavam a farinha, comumente chamada de “farinha-da-roça”. Para isso, era utilizada a mandioca-brava, ou Maricá (*manihot utilíssima*), que tem seu veneno retirado durante a produção.

Maciel, Souza & Cardoso (2011, p. 53) identificaram que “há cerca de 50 anos atrás havia na Praia do Aventureiro e no Canto do Sul [...] umas 15 lavouras” dos moradores do Aventureiro. Vilaça & Maia (2006, p. 79) trazem uma perspectiva de que, em 1984, eram 17 roças grandes no Aventureiro, que cobriam toda a encosta, considerando que seguiam a tradição de ter agricultura itinerante. Entre os anos de 2004 e 2008, a quantidade diminuiu de 12 para 5 roças (BIDEGAIN & FRESCHI, 2009, p. 34). No ano de 2012, já havia apenas quatro roças no Aventureiro, bem menos que em 1984 (Figura 2).

Figura 2. Roças desativadas e roças ativas no Aventureiro, até 2013



Fonte: SILVA, 2013

Ao diminuir as roças, havia cada vez menos mandioca a ser colhida, processada, e, portanto, menos casas de farinha ativas. O trabalho em conjunto, com a família e os compadres, não existe mais nos mesmos termos de antes, e se dá em menor escala.

Nas casas de farinha ainda existentes, não são todos que participam ou colaboram com a produção de farinha, que é também a produção de famílias, e o enfraquecimento da produção de farinha também é, simbolicamente, o enfraquecimento de elos de compadrio por meio de relações de cooperação e reciprocidade. Sabourin (2014) comenta sobre economia da reciprocidade, baseada em solidariedade. As comunidades entendem-na como uma forma de produção e a reprodução de valores de confiança, para além do preço e das trocas.

O cultivo das roças era feito em um sistema de rotação de solos, com “poucos anos de cultivo, alternados com vários anos de pousio” (ADAMS, 2000b, p. 143), quando cortavam, capinavam, limpavam a roça e queimavam, para que o solo recuperasse seus nutrientes. Havia, por meio das queimadas no sistema de coivara, um controle de pragas livre de agrotóxicos, e a erosão era mínima, segundo o que ressaltou Adams (2000b).

Durante a produção de farinha, cada um, desde o mais velho até o mais novo, tem sua função, e o homem têm o papel “complementar” à mulher (WOORTMANN, 1991), enquanto não está embarcado, pescando. Embora este seja um papel complementar, quem trabalha com a prensa é essencialmente o homem. Já o pescado, produto do trabalho do homem no mar, é complemento para a base da comida, que era a farinha, o arroz e o feijão de suas roças, substituídos hoje pelo arroz e pelo feijão do supermercado da cidade. A pesca é pouco praticada durante o verão, quando os olhares se voltam aos inúmeros turistas. Nesse período, a pesca é feita para a alimentação das famílias, mas também para abastecer os bares que servem pratos feitos, ou “PFs”.

A “mistura”: padrão alimentar do Aventureiro

Em toda a Ilha Grande, chamam de “mistura” todo alimento forte, com nutrientes significativos, proteico, complementar ao arroz, o feijão ou a mandioca. Os “Filhos do Aventureiro” tinham uma alimentação diversificada, formada por frutas, fruta-pão, mandioca, batata-doce, inhame, dentre outras raízes, frutos do mar, além de aves e carne suína para “mistura”, mas a base de sua alimentação estava realmente na mandioca e no peixe.

Cozinhar, para além de uma atividade que visa atender a uma necessidade biológica que garante a sobrevivência, é um processo cultural, ligado a comportamentos e crenças, pois é “no pensar, no sentir, no fazer e no viver que a noção de natureza se constrói e se reconstrói”, segundo Irving (2012, pp. 43-44), que entende ser por meio da cultura que se traduz e retraduz o sentido da natureza. Como a língua falada, a cultura alimentar deixa transparecer o modo de vida de seu praticante. Um prato é carregado de fazeres e saberes que traduzem a história de quem o preparou e de toda uma população (ALMÉRICO, 2014; WILK, 1999; SANTILI, 2015; BOUTAUD, BECUT e MARINESCU, 2016).

A mandioca tem importância material e imaterial para a alimentação habitual até hoje na Vila do Aventureiro, respectivamente, por fornecer o sustento necessário para a vida e o trabalho pesados do ilhéu morador, e por ser um elemento identitário não só dos caiçaras como um todo, mas especificamente dos “Filhos do Aventureiro”, que se orgulham de ter “a melhor farinha da roça” dos arredores (entenda-se Ilha Grande, Angra dos Reis, Região da Costa Verde, até o litoral norte de São Paulo).

A mandioca é rica em amido e acrescida ao peixe se complementam nutritivamente, sendo um “dos aspectos mais gerais da cultura litorânea” (MUSSOLINI, 1980, p. 226). Além de ser um “alimento do cotidiano”, é um item de segurança alimentar e nutricional da comunidade. Sendo o excedente de produção vendido para os vizinhos cujas roças e casa de farinha foram desativadas, e, em casos específicos, para alguns turistas e moradores do Provetá ou de Angra dos Reis (continente), o que lhe confere uma dimensão financeira complementar. Seu plantio se dá entre os meses de agosto e setembro (MACIEL, SOUZA & CARDOSO, 2011, pp. 54-56), e a produção de farinha se dá nessa ordem (Figura 3): Colheita da mandioca na roça (1); Descascar a mandioca com a faca no quintal (2); Lavar a mandioca para retirar terra e sujeira (3); Sevar¹ a mandioca (mulheres) (4); Massa da mandioca é colocada no tapiti (cesto) (5); Prensa do tapiti para extração do ácido cianídrico (veneno da mandioca brava) (6); Peneirar a massa seca do tapiti dentro do cocho de madeira (7); Torra da mandioca em chapa de cobre sobre o forno a lenha com rodo de madeira ou facões de madeira (8).

Figura 3 - Processo de produção da farinha da roça no Aventureiro



Fonte: SILVA, 2013

¹ Sevar significa ralar a mandioca na roda, fabricada artesanalmente de madeira recoberta de lâmina de metal pregada com martelo até que se formem ranhuras para o ralo. A roda é girada pelos homens, enquanto as mulheres pressionam a mandioca contra a roda, em revezamento.

É mantida a tradição da produção da farinha de mandioca como aprenderam com seus pais, “senão não dá certo” (Bete, 46 anos, dona-de-casa). Todas as casas de farinha visitadas apresentavam os mesmos tipos de utensílios, “são os mesmos que minha mãe e minha vó usavam, a foice, a enxada, o rastelo, o facão” (Candinha, 44 anos, dona de casa), a roda, o tapiti, a prensa, o gamelo, o forno à lenha com tacho de cobre, o rodo.

Bete explicou como ocorre o trabalho na casa de farinha de sua família, que “quanto mais gente da família ajudar, melhor”. Para isso, ela disse que “precisa de todo mundo fazendo alguma coisa” e que “cada um faz porque já sabe o que tem que fazer”.

Outros vegetais são cultivados alternadamente. Com base em relatos dos moradores que têm roça e em Maciel, Souza e Cardoso (2011), foi possível a elaboração de um calendário anual, que expõe sistematicamente o que é produzido, plantado, colhido e trabalhado principal e usualmente no Aventureiro (Tabela 1). Os quadrados dividem o calendário em “safra”.

Tabela 1. Calendário anual da produção e do trabalho na Vila do Aventureiro

Jan	“Safr” de turistas				
Fev	“Safr” de turistas	Preparo da terra para o feijão*	Colheita do milho*	Colheita do arroz*	
Mar	“Safr” de turistas	Plantio do feijão*	Sardinhas (Outono)	Banana**	Batata**
Abr			Sardinhas (Outono)		
Mai	Cortar mandioca**		Sardinhas (Outono)	Tainha*	
Jun	Cortar mandioca**	Colheita do feijão*	Sardinhas (Outono)	Tainha*	
Jul	Cortar mandioca**			Tainha*	
Ago	Preparo da terra para mandioca*	Preparo da terra para o feijão*	Preparo da terra para o milho*		
Set	Abertura de covas para plantar as “ramas” de mandioca*	Começa o plantio do feijão*	Plantio do milho*	Plantio do arroz*	Batata**
Out	Plantar mandioca**	“NÃO planta banana, cana, nada, porque tem muita formiga”**			
Nov					
Dez	“Safr” de turistas	Colheita do feijão*			
Observações: * Maciel, Souza & Cardoso (2011). **Relatos de moradores que têm roça.					

Fonte: SILVA, 2013

Por muitas décadas, os frutos do mar e da terra do Aventureiro garantiram a subsistência de toda a comunidade. E, no caso de a pesca ser fraca em algum momento, procediam à secagem do peixe para garantir a “mistura” no prato da família. Atualmente, a secagem não é mais feita.

A catação de sururu e caracol também tinha a função de substituir a “mistura” faltosa, ou o peixe que não chegou do mar, como relatado: “Antes, todo mundo pegava sururu, quando não tinha muita mistura, a gente comia sururu, dá para fazer sururu frito, cozido, pirão”. Hoje em dia, raramente há sururu e caracol na alimentação. Quando a maré está baixa, é possível ver algumas mulheres, fazendo a catação de mariscos (Figura 4).

Figura 4. Catação de sururu



Extraído de: SILVA, 2013

A interdependência dos “Filhos do Aventureiro” com seu ambiente garante a alimentação e a cura, por meio do conhecimento de ervas dos quintais. O saber sobre as plantas com poder curativo era aglutinado ao conhecimento sobrenatural das rezas.

Os “Filhos do Aventureiro” tinham contato com o mercado na sociedade moderna (Angra dos Reis, RJ), para venda dos produtos excedentes, comum em comunidades caiçaras e, inclusive, para compra do que não era produzido no Aventureiro: “Maioria das coisas a gente colhia tudo da roça. Aí gastava bem pouco, só comprava mesmo óleo, sabão, alguma coisinha assim que aqui não tem como ter, como comprar mesmo”.

As refeições no Aventureiro são feitas em quatro momentos: café da manhã, almoço, lanche da tarde e jantar. O café da manhã era composto ou de café ralo bem adoçado ou de “café de cana”², com inhame, batata doce, aipim ou fruta-pão. O almoço continha principalmente peixe fresco, e, na falta dessa proteína, sururu, ou peixe seco, ou algum animal de pequeno porte criado nos quintais, e, na falta de proteína animal, comiam, arroz, feijão e farinha, produzidos lá. Para o lanche da tarde, repetem-se os itens do café da manhã, ou podem também preparar um bolo, ou bolinhos de banana fritos. Para a “janta”, repete-se o cardápio do almoço. Em alguma ocasião especial como aniversários, podem fazer um churrasco de carne vermelha, exceto durante a Quaresma, quando são apenas de peixes.

Nos casos em que a família é muito envolvida com o turismo, a mesma colher que serve os turistas serve os membros da família. São incluídos na refeição salada ou batatas fritas, que

² Café de cana é feito com uma mistura meio a meio de água e caldo de cana fervidos, e coados com o pó de café no coador de pano.

fazem parte dos PFs para turistas. Os insumos dos PFs são comprados em Angra, exceto o peixe, que vem do mar, é “consertado” (limpo) e conservado em freezers. Hoje, não se pesca só para alimentação da família, com a venda do excedente em Angra, mas também existe o trabalho de “pesca do turismo”, quando se “mata peixe” para o preparo dos PFs dos turistas nos bares, o que demonstra uma mudança na alimentação em decorrência do turismo.

Junto às restrições de uso da terra para tirar alimentos para a família, “duristas”³ sugeriam e começavam a demandar produtos (ROSA, 2009) o que queriam comer nas refeições. A adaptação às vontades alimentares dos turistas levou aos PFs, que da mesma panela servem os almoços da família, excetuando-se quando preparam algum prato deles, e que é exclusivo da família e, no máximo, oferecido aos turistas “amigos”.

Os “Filhos do Aventureiro” passaram a gastar muito mais dinheiro com compras vindas de Angra dos Reis depois das restrições institucionalizadas pelo órgão ambiental (Figura 5).

Figura 5. Compras vindas de Angra dos Reis (continente)



Fonte: SILVA, 2013

Foi construída uma lista de compras, com itens que antes eram produzidos no Aventureiro, o que já era ou passou a ser comprado na cidade, o que ainda é produzido no Aventureiro, com a distribuição de consumo entre moradores e turistas. A lista de compras (Tabela 2) e o percentual de dinheiro demandado para isso aumentaram, o que os tornou suscetíveis a um comprometimento da diversidade alimentar e a um empobrecimento nutricional acarretados pela dependência econômica, anteriormente inexistente, já que tinham uma fonte variada de alimentos e o que compravam na cidade era o óleo, roupas, tecido, o que não dava na terra e no mar.

O dinheiro para compras vem de algum serviço, ou com o turismo, notadamente sazonal, tendo em vista que os empregos fixos são minoria no Aventureiro. São comprados desde alimentos, produtos de limpeza, combustível para gerador e materiais de construção.

Aposentados e pensionistas da comunidade afastam-se das atividades ditas tradicionais por causa do trabalho pesado e com pouco ganho monetário, porém, seguem em atividades do turismo, na gestão de campings familiares, por exemplo. Então, o turismo também é colocado como um modelo de produção, além da apreensão sociológica que se faz

³ Eram chamados “duristas” os turistas que, antigamente, não tinham como pagar pelos serviços e acampavam pela praia desordenadamente.

sobre o “encontro turístico” (SANTANA, 2009), que nada mais é que a união temporária de indivíduos/grupos.

Os pratos “tradicionais”, por exemplo, paçoca de banana ou peixe com banana, não são vendidos porque não são vistos pelos moradores como atrativos aos olhos do turista. A alguns turistas, excepcionalmente, vendem algum produto artesanalmente produzido por eles, como a farinha da terra. Os “turistas amigos” têm mais acesso a esses alimentos “tradicionais” do Aventureiro – farinha da terra, paçoca de banana, café de cana, café da manhã com fruta-pão.

Tabela 2. Lista de compras das famílias entrevistadas, antes e depois da criação das Unidades de Conservação no Aventureiro

Itens	Era produzido no Aventureiro	Era comprado na cidade	É produzido no Aventureiro	É comprado na cidade
Arroz	x			M-T
Sal		x		M-T
Óleo		x		M-T
Milho	x		M	M
Feijão	x		M	M-T
Cana-de-açúcar / Açúcar	x		M	M-T
Café	x			M-T
Banana	x		M	
Mandioca	x		M	
Farinha de mandioca	x		M-T	
Batata	x			M-T
Aipim	x			M
Fruta-pão	x		M	
Pão	x	x		M-T
Cará	x		M	
Couve	x			M
Guando	x		M	
Abóbora	x		M	
Batata doce	x		M	M
Carne bovina		x		M
Carne suína	x			M
Frango	x		M	M-T
Peixe	x		M-T	
Sabão		x		M-T
Detergente		x		M-T
Tecido, roupas		x		M
Combustível do fogão	x			M-T
Material de construção	x			M-T

LEGENDA: M) Para Morador; T) Para Turista; M-T) Para Morador e Turista

Fonte: SILVA, 2013

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os “Filhos do Aventureiro” relacionam-se tradicionalmente com o meio ambiente que os envolve de forma que sua sobrevivência é garantida, por meio do uso de recursos naturais para alimentação e cura do corpo e da alma. É nos modelos tradicionais de produção, como as práticas de “roçar e matar peixe”, e no preparo da “mistura” que seus saberes são transmitidos e sua cultura e simbologias têm continuidade.

Para essa comunidade, a mandioca tem importância material e imaterial, por fornecer o sustento necessário para a vida e o trabalho do ilhéu, além de ser um alimento identitário dos caiçaras, que consideram a sua “a melhor farinha da terra” dos arredores.

O pescado é complemento para a base da comida, acompanhando a farinha, o arroz e o feijão, esses dois últimos, tendo sofrido uma mudança na tradição local, haja vista que, anteriormente, também eram plantados pelos moradores. As restrições pela implementação das áreas protegidas ocasionaram redução de espaço físico para suas roças, implicando a compra destes e de outros produtos na cidade. À medida que a lista de compras aumentou, diminuiu o saber-fazer relacionado ao uso dos recursos naturais.

É no fazer comunitário de práticas relacionadas a alimentação que essa população se desloca no tempo-espaço, relembrando e refazendo atividades habituais de seus ancestrais e garantindo às novas gerações o “saber fazer” para que essa tradição não se perca com o tempo, restando apenas o espaço reprodutor das dinâmicas socioculturais urbanas.

Para compreender essa comunidade é preciso entender que sua dinâmica social, seus valores e saberes e suas fragilidades desenvolvem um importante papel na preservação do ambiente em que se inserem, pois seu patrimônio cultural e sua sobrevivência depende desse território para sua continuidade.

As mudanças percebidas na lista de compras das famílias do Aventureiro e a adição do trabalho acentuadamente sazonal do turismo demonstram a própria dinâmica da cultura, no perpassar de acontecimentos históricos, como a intensificação da chegada de turistas e pelas restrições das áreas protegidas.

Deve-se observar que os pratos servidos ao turista não são os de conhecimento tradicional e comunitário e que os PFs são, ao mesmo tempo, uma forma de agradar ao turista, mas, simbolicamente, representam um distanciamento do que é tradicional.

Diante da dinâmica e fluidez da reprodução cultural vivenciado por essa população, percebe-se que o “saber-fazer” tradicional tem como principal antagonismo os hábitos e padrões decorrentes do contato intenso com os turistas. O distanciamento da autoidentificação, principalmente dos jovens, que mais têm contato com os turistas, pode ser uma ameaça para a transmissão de saberes a novas gerações. Ao passo que os visitantes buscam o “diferente”, chamado erroneamente por alguns de exótico, durante o encontro turístico, pode ser um problema, quando se tem o reconhecimento da cultura dos de fora e o esquecimento da cultura dos de dentro.

A criação de um espaço para manutenção do patrimônio material e imaterial seria um modo de preservar a memória dos “Filhos do Aventureiro” e seu modo de vida, o que depende principalmente da vontade dos jovens, como pontes entre o passado e o futuro, as tradições e a modernidade, a vila e a cidade.

REFERÊNCIAS

- ADAMS, C. As Populações Caiçaras e o Mito do Bom Selvagem: a necessidade de uma nova abordagem interdisciplinar. **Revista de Antropologia**. São Paulo, USP, n. 1, vol. 43, 2000a.
- _____. As Roças e o Manejo da Mata Atlântica pelos Caiçaras: uma revisão. **Interciência**. São Paulo, USP, n. 3, vol. 25, 2000b.
- ALMÉRICO, G. M. Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. **Journal of International Business and Cultural Studies**. University of Tampa. 2014.
- ARRUDA, R. "Populações Tradicionais" e a Proteção dos Recursos Naturais em Unidades de Conservação. **Ambiente & Sociedade**. Ano 2, nº 5, 2º semestre de 1999.
- BAQUERO, M.; CREMONESE, D. (Orgs.). **Capital Social: teoria e prática**. Ijuí, RS: Ed. Unijuí, 2006.
- BARRETTO FILHO, H. Utopias tecnológicas, distopias ecológicas e contrapontos românticos: "populações tradicionais" e áreas protegidas nos trópicos. **Revista Sexta-feira**. N. 6 [utopia]. São Paulo: Editora 34, 2001.
- BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras** [Versão Eletrônica]. Rio de Janeiro: Ed. Letra e Imagem, 2009.
- BECK, A. Pertence à Mulher: mulher e trabalho em comunidades pesqueiras do litoral de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, vol. 7, nº 10, 1991.
- BEGOSSI, A. Caiçaras, Caboclos and Natural Resources: Rules and Scale Patterns. **Ambiente & Sociedade**, ano 2, no. 5, 2º semestre de 1999.
- BIDEGAIN PRIMO, P. ; FRESCHI, J. M.. **Situação Geral do Povoado do Aventureiro, da Reserva Biológica da Praia do Sul e do Parque Estadual Marinho do Aventureiro**, Relatório Final, Volume I. Rio de Janeiro, Secretaria de Estado do Ambiente, Grupo de Trabalho do Aventureiro, 2009.
- BOUTAUD, J.; BECUT, A.; MARINESCU, A. Food and culture. Cultural patterns and practices related to food in everyday life. Introduction. **International Review of Social Research**. vol 6, n. 1, pp. 1-3, 2016.
- BRASIL. Decreto nº 6.040, de 7 de fevereiro de 2007. **Institui a Política de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais**.
- CALLOU, A. B. F. Povos do Mar: herança sociocultural e perspectivas no Brasil. **Cienc. Cult.**, vol. 62, no. 3, pp. 45-48, 2010.
- COSTA, G. V. L. O Surgimento da Associação de Moradores do Aventureiro, Ilha Grande-RJ: reconfigurações de identidades e usos locais de direito. **Teoria e Sociedade**, no. 17.1, pp. 58-83, janeiro-junho, 2009.
- DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.
- DIEGUES, A. C.; ARRUDA, R. S. V (orgs). **Saberes Tradicionais e Biodiversidade no Brasil**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente. São Paulo: USP, 2001.

- GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo, Editora Atlas, 2002.
- INGOLD, T. Da transmissão de representações à educação da atenção. **Educação**, Porto Alegre, v. 33, n. 1, p. 6-25, jan./abr. 2010.
- IRVING, M. A. Desatando nós: a relação entre conservação da biodiversidade, sociedade e cultura na gestão de áreas protegidas. **Áreas protegidas / Fundo Vale**. Rio de Janeiro: Fundo Vale, 2012.
- LEITÃO, R. M. **Craftmanships as a means of empowerment for the traditional population of Guaraqueçaba: a case study**. Montréal: Université de Montréal. 119 p. Dissertação (Mestrado) – Faculté des études supérieures, Montréal, 2011.
- MACIEL, A. C.; SOUZA, H. M.; CARDOSO, N. **Onde Deixei Meu Coração: a história dos últimos caiçaras da Ilha Grande**. Rio de Janeiro: O Eco Editora Ilha Grande, 2011
- MORIN, E., 1921. **Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro**. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva & Jeanne Sawaya. 2. ed. Brasília, DF : UNESCO, 2000
- MUSSOLINI, G. **Ensaio de Antropologia Indígena e Caiçara**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- POLLAK, M. Memória e Identidade Social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, p. 200-212, 1992
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- RIO DE JANEIRO. Lei nº 6.793, de 28 de maio de 2014. **Dispõe sobre a criação da Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Aventureiro, na Ilha Grande, município de Angra dos Reis, resultante da redução do limite da Reserva Biológica Estadual da Praia do Sul e da recategorização do Parque Estadual Marinho do Aventureiro, e dá outras providências**.
- ROSA, B. M. **Turismo en Ecosistemas Insulares: antropología en el paraíso**. Colección Pasos Edita nº 3. El Sauzal, Tenerife, España: ACA y PASOS, 2009.
- SABOURIN, E. P. **A economia de reciprocidade: herança e desafio dos povos e comunidades tradicionais**. III Colóquio Povos e Comunidades Tradicionais, At: UNIMONTES, Montes Claros, MG, Brasil, 22-24 de abril de 2014
- SAHLINS, M. **Culture and practical reason**. Chicago: The University of Chicago Press, 1978.
- SANTANA, A. **Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações**. São Paulo: Aleph, 2009.
- SANTILI, J. The recognition of foods and food-related knowledge and practices as an intangible cultural heritage. **Demetra**, vol 10, n. 3, pp. 585-606, 2015.
- SANTOS, M. S. Os Porões da República: a colônia correccional de Dois Rios entre 1908 e 1930. **TOPOI**, v. 7, n. 13, jul.-dez. 2006.

SILVA, J. F. **Filhos do Aventureiro: uma olhar para gênero, transmissão de saberes e unidades de conservação**. 2013. Dissertação (mestrado) – Curso de Turismo. Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIANNA, L. P. **De Invisíveis a Protagonistas: populações tradicionais e unidades de conservação**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

VILAÇA, A. M. N.; MAIA, Â. A. In: PRADO, R. M. (org.) **Ilha Grande: do Sambaqui ao Turismo**. Rio de Janeiro: Garamond: EDUERJ, 2006.

WILK, R. Real belizean food: Building local identity in the transnational caribbean. **American Anthropologist**, vol. 101, n. 2, pp. 244-255, 1999

WOORTMANN, E. F. Da Complementaridade à Dependência: a mulher e o ambiente em comunidades “pesqueiras” do Nordeste. **Série Antropologia**. Brasília, 1991.

Sovando uma autenticidade alimentar: relações genuínas entre o turismo e o patrimônio

*Kneading a food authenticity: genuine relations between tourism
and heritage*

*Sobando la autenticidad de los alimentos: relaciones genuinas
entre turismo y patrimonio*

Lucas Martinelli | lucas-27@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5441-9355>

Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Pelotas, RS, Brasil



Recebimento do artigo: 05-março-2021

Aceite: 15-junho-2021

MARTINELLI, L. Sovando uma autenticidade alimentar: relações genuínas entre o turismo e o patrimônio. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 164-171, dez. 2021.

RESUMO

Este ensaio teórico busca através de uma apresentação direta e clara elucidar visões que cercam as práticas alimentares tradicionais no século XXI. Através da arguição de temas contemporâneos como materialidade e imaterialidade, patrimônios culturais, turismo gastronômico, certificações de origem e registros, buscamos entender o que faz um alimento poder ser considerado autêntico. Nesse percurso discursivo, são apresentados desdobramentos críticos que tendem a um ideal de exploração sustentável pelo turismo gastronômico, categorização de autenticidades alimentares e valorização do patrimônio alimentar brasileiro.

Palavras-chaves: Gastronomia; Autenticidade; Cultura; Patrimônio; Turismo;

ABSTRACT

This theoretical essay seeks through a direct and clear presentation to elucidate views that surround traditional eating practices in the twenty first century. Through the discussion of contemporary themes such as materiality and immateriality, cultural heritage, gastronomic tourism, origin certifications and registry, we seek the understanding of what makes a food to be considered authentic. In this discursive path, critical developments are presented, tending to an ideal of sustainable exploration by gastronomic tourism, categorization of food authenticities and the appreciation of Brazilian food heritage.

Keywords: Gastronomy; Authenticity; Culture; Heritage; Tourism;

RESUMEN

Este ensayo teórico busca a través de una presentación directa y clara dilucidar visiones que rodean las prácticas alimentarias tradicionales en el siglo XXI. A través de la discusión de temas contemporáneos como la materialidad y la inmaterialidad, el patrimonio cultural, el turismo gastronómico, las certificaciones de origen y los registros, buscamos entender qué hace que un alimento sea considerado auténtico. En este recorrido discursivo, se presentan desarrollos críticos que tienden a un ideal de exploración sostenible por parte del turismo gastronómico, categorización de la autenticidad alimentaria y valorización del patrimonio alimentario brasileño.

Palabras claves: Gastronomía; Autenticidad; Cultura; Patrimonio; Turismo;

INTRODUÇÃO

Comer deixou de ser simplesmente um ato nutricional há muito tempo e hoje mais do que nunca representa a busca por princípios que nos caracterize perante o mundo. Nesse movimento de autogestão, em uma conjuntura bombardeada de infinitas opções alimentares, a autenticidade surge como uma pedra angular para definir possíveis diretrizes gastronômicas. Negando um sistema gastro-anômico (aquele sem regras, com desinformação, incompetências e o fim da comensalidade), perpetuado pelo desaparecimento de distinção entre simulacro e original, a discussão sobre uma possível autenticidade alimentar definitiva se volta frequentemente a um embate filosófico sobre a genuinidade de determinadas práticas alimentares, muitas das quais encobertas sob o manto de discursos turísticos. Nesse sentido, no usufruto fetichista do patrimônio, mirado pela indivisibilidade das relações materiais e imateriais, surge a possibilidade de uma desfiguração irreversível das nossas culturas alimentares tradicionais, vítimas da popularização massificada de reproduções vazias de significado. Na multiplicação de dicotomias que abordam visões locais e globais do espaço, se trespasam ideias como a de representatividade, pertencimento, significado, cultura, gosto, relevância e dinamismo. Enfim, existiriam alimentos ou sistemas alimentares que seriam mais autênticos do que outros?

COMIDA COMO MEMÓRIA, TRADIÇÃO E ESCOLHA.

Partindo de uma visão individualizada da autenticidade, toda e qualquer experiência alimentar vivenciada por um ser humano consciente é autêntica. Presenciamos dada situação de modo particular a cada vez que a fazemos, já que não somos mais os mesmos que éramos no instante passado. Nossa construção pessoal reflete pelo seu processo uma atualização genuína da nossa biografia, tratando da conversão e assimilação daquilo que nos é disponibilizado pela sociedade frente aos princípios individuais desenvolvidos durante a vida (COELHO JUNIOR & BARREIRA, 2018). Essa autenticidade existencial aborda a imaterialidade do ato de comer, demonstrando a possível assimilação de uma mensagem qualquer, transmitida pelo alimento e recebida pelo sujeito. Nesse diálogo, a materialidade cumpre o papel basilar de definir uma existência física real, tangível, apta a desenvolver determinadas características intangíveis que então serão absorvidas pelos indivíduos a sua própria maneira. Conceitos indissociáveis e inerentes aos bens alimentares culturais, impossíveis de serem compreendidos “sem considerar os valores e significados neles investidos (em sua dimensão imaterial), e não sendo possível compreender a dinâmica do patrimônio imaterial sem o conhecimento da cultura material que lhe dá suporte” (SANTILLI, 2015, p.586). Com isso, para alcançarmos uma experiência alimentar autêntica, não bastaria simplesmente ingerir uma refeição genérica em dado momento e local, mas sim ter contato com determinado alimento capaz de transmitir significados particulares àquele contexto, com materialidades e imaterialidades bem definidas e específicas, verificando aspectos de uma experiência genuinamente antropológica (BAHLS, 2019). Em outras palavras, o que faz um alimento ser mais ou menos autêntico, nesta visão, é a cultura – e o tipo de cultura – que ele traz ao prato.

Para este reconhecimento, somente identificamos nossa própria cultura quando entramos em contato com a do outro. Nesse sentido, relacionando as práticas alimentares tradicionais e o “novo” sistema alimentar mundial, fruto do capitalismo e da industrialização, surge a dicotomia “cultura-modismo”. Dentro do modismo encontramos extratos ligados as tradições inventadas (do homem para o homem), a proliferação de alimentos sem memória,

além de cópias e simulacros que por vezes correspondem aos últimos estágios de uma imagem segundo Baudrillard (1994), representando a falta de uma compatibilidade profunda com a realidade ou a falta total de vínculo com qualquer realidade existente. Nesta perspectiva, simbolizam estágios onde o signo se torna uma cópia sem original, afirmando uma representação real que já não existe mais. Em última instância demonstra sinais que refletem outros signos, desconectados de qualquer possível realidade, se vinculando aos consumidores da pós-modernidade através de experiências estritamente artificiais (BAHLS, 2019). Produtos e alimentos que são desenvolvidos, cultivados e comercializados de forma irrestrita em diferentes localidades, se utilizando de moldes semelhantes e receitas prontas, predando de diversas formas as práticas tradicionais alimentares dos espaços em que se inserem. Nessas tendências capitolocenas¹, exemplificada pelos alimentos industrializados comercializados como “artesanais” ou “tradicionais”, mas que de tradicional efetivamente pouco se têm – a autenticidade gastronômica de dada região somente espelharia esses “produtos e costumes” artificiais, caso sua própria base social incorporasse esses alimentos e práticas a longo prazo.

Na contracorrente deste movimento modista, se visualizam os alimentos frutos de uma tradição genuína, aqueles que segundo Hobsbawn e Ranger em sua obra “A invenção da tradição” (2012) são resultados naturais da dialética “ser humano - meio ambiente” e que apresentam de maneira orgânica relações geracionais e culturais entre os produtores, os consumidores, os alimentos, os saberes e os fazeres. O desenvolvimento de uma autenticidade se apresenta complementarmente pela disponibilidade e/ou escassez ecológica de determinado ingrediente em certo ambiente, visualizado pela boa adaptação ao seu território original, contrastando uma cultura endógena natural à uma exógena sintética (BAHLS, 2019). Nesse sentido, a autenticidade construtiva desses produtos alimentares está diretamente ligada às propriedades simbólicas que estes carregam, assim como a sua aceitação consensual junto ao quadro social em que está inserido. É pelo seu desenvolvimento com a sociedade nativa e seu reconhecimento como bem próprio, que determinado item gastronômico poderá ser visto como autêntico em dado contexto. Nessa direção seria possível vislumbrar bens aptos a uma classificação genuína em nossa sociedade, entretanto, simplificando este processo, algumas estruturas já reconhecidas mundialmente se apresentam.

ENTRE SELOS E REGISTROS, A SUSTENTABILIDADE!

Muito popular na Europa atualmente, os sistemas de designação geográfica de procedência de produções regionais têm os seus primeiros registros oficiais datando do século XVII na França com o queijo Roquefort (MENDEZ, 2014). Entretanto, somente a partir da década de 1970 ocorre um “boom” de indicações geográficas (IG)² nesse continente, resultado

¹ O termo capitoloceno (era do capital) é uma derivação do termo antropoceno (era dos seres humanos), e reflete em linhas gerais a forma como o capitalismo organiza a natureza como um todo. Visto como uma ecologia mundial, as organizações humanas (classes, impérios, mercados, etc.) agem na criação de novos ambientes pautados na busca pelo acúmulo de capital, acúmulo de poder e desgaste massivo das questões ambientais (MOORE, 2016).

² O conceito de Indicação Geográfica (IG) é antigo e remonta aos primórdios da história da humanidade, onde bens com distinção eram reconhecidos através do nome da região produtora, como por exemplo os famosos méis da Sicília na Grécia antiga e o mármore de Carrara durante o império romano (BERTOZZI, 1995). Dentro dessa historiografia, o primeiro registro a ser legalmente reconhecido e delimitado ocorre em Portugal no ano de 1756 com a demarcação da região do Douro. Apesar disso, a França se torna ao longo dos anos o país com maior tradição em indicações geográficas, onde suas

da implementação de um sistema de qualificação e etiquetagem que visava relacionar o produto e o território aos produtores responsáveis pelo processo, garantindo a identificação, distinção e a valorização comercial desses itens (VALENTE et al. 2012). No Brasil essa tendência é bem mais recente, tendo na lei 9.279 de 14 de maio de 1996 o primeiro marco regulamentador das IGs no país e, em 2002, o primeiro registro brasileiro oficialmente reconhecido – a saber a indicação de procedência vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. Aqui, assim como na Europa, existem diferentes níveis de classificação dentro das indicações geográficas, como por exemplo a denominação de origem (DO) e a indicação de procedência (IP). Pela primeira se considera aqueles produtos cujas características se dão exclusivamente ou essencialmente pelo meio geográfico (fatores naturais e/ou humanos), enquanto a segunda se filia unicamente ao nome geográfico da localidade territorial onde se tenha tornado conhecido centro de extração, produção, fabricação ou prestação de determinado serviço (VALENTE et al, 2012; ANJOS & CALDAS, 2020).

Diferentemente dos registros antes mencionados, realizados e geridos pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), temos no Brasil uma política de salvaguarda que abarca em seus domínios os bens alimentares sob uma ótica menos mercadológica e mais sobre o reconhecimento cultural. Sob as asas do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), segundo o decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000, o registro de bens culturais de natureza imaterial trata da preservação, reconhecimento, e valorização do patrimônio intangível brasileiro e se aplica aos itens com uma continuidade histórica e relevância nacional para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira (BRASIL, 2000). Em especial para a gastronomia, aqueles bens que encenam sobre saberes, práticas, técnicas, conhecimentos e representações; buscando destacar produtos que apresentam particularidades vinculadas a lugares originários e autênticos, abarcando características organolépticas singulares, além das práticas e estruturas locais desenvolvidas especialmente para sustentar esses itens. Engloba-se conhecimentos pontuais, modos de viver e sobreviver, relações geracionais, memórias, histórias e aspectos que afluam na manutenção de tradições genuínas e características dessas sociedades (SANTILLI, 2015). Ações importantes no reconhecimento e valorização dos autênticos sistemas alimentares tradicionais brasileiros, mas que também estão suscetíveis a discursos que convertam esses patrimônios nacionais em mercadorias culturais de massa.

Diagnóstico da nossa contemporaneidade, a inflação patrimonial vivenciada nas últimas décadas reflete um movimento de substituição da função dinâmica construtiva do patrimônio à uma defensiva. Frente aos sistemas e transformações indomáveis da atualidade, emerge-se a necessidade de uma autoimagem carregada de representação, forte e consistente, que consiga fornecer solidez e autoridade na busca por apaziguar determinadas angústias e incertezas intrínsecas ao nosso ser social (CHOAY, 2006). Nesse sentido, a popularização do turismo cultural e gastronômico, vinculados aos usos e discursos dos bens patrimonializados, catalisa o processo de conversão das identidades e de suas especificidades em mercadorias, vendidas irrestritamente como sinônimos de distinção, glamorização e lazer. Nessa mercantilização de experiências “autênticas”, se põe a mesa ao turista tanto realidades como representações, moldadas por uma estética consumista onde o principal objetivo é

apelações de origem adquirem expressiva importância sociológica, cultural e econômica, sendo consideradas patrimônio nacional (VALENTE et al, 2012). Atualmente, o marco europeu que trata sobre os regimes de qualidade define três níveis basilares para as indicações: a *Indicaciones Geográficas Protegidas*, as *Denominaciones Geográficas Protegidas* e as *Especialidades Tradicionales Garantidas* (ANJOS & CALDAS, 2020).

contemplar a satisfação do visitante, oras marginalizando o visitado. Através dessas relações inorgânicas e encenadas surgem alimentos e vivências deturpadas, mas que são comercializadas como genuínas; retalhos atrativos a grande massa turística que respaldada em sua própria autenticidade existencial, usufrui incondicionalmente desses bens a um ponto de esmagamento gradual das identidades locais (POULOT, 2009; KOOLHAS, 1995; BAHLS, 2019).

Não pretendemos aqui uma demonização das práticas turísticas culturais e gastronômicas, uma vez que além de desempenharem importante papel para a economia nacional, são para diversas famílias a principal ou única fonte de renda para viver e sobreviver. Cabe a nós, porém, sermos críticos na identificação de processos que possam danificar os princípios basilares das nossas tradições e hábitos alimentares. Dean Maccannell em seu texto *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings* (1972) fala sobre a existência de espaços destinados aos turistas em diferentes estágios, capazes de aferir uma experiência mais ou menos autêntica da realidade vivenciada. Entretanto, na perspectiva do consumo convencional e massificado, popularizado pelo caráter hedonista humano da pós-modernidade, o turista se apresenta de forma passiva, aguardando um fluxo de experiências e aventuras em seu sentido. As práticas tradicionais do turismo, portanto, seriam as responsáveis por fornecer essas provas aos visitantes, tratando de “encenar cultura” na busca de atender suas expectativas e desejos ao invés de lhes apresentar relatos genuínos da tradição local (BAHLS, 2019; MACCANNEL, 1973).

Vende-se o que é mais atrativo, aquilo que cativa de forma otimizada a atenção dos consumidores, seja pelos aspectos visuais e históricos ou pela exaltação de valores que sequer podem estar ali. Nesse crescente movimento consumista de gastronomia e cultura, a venda de experiências formatadas ao atual modelo capitalista pode de forma injustificável comercializar práticas artificiais, que por uma massificada popularização, passa a sufocar as culturas genuínas e ancestrais nas localidades visitadas. Desta maneira, a cristalização dessas experiências autênticas e tradicionais como processo defensivo, se torna antídoto e veneno contra a realidade vivida. De um lado busca a manutenção de características singulares desenvolvidas durante décadas, transmitidas por gerações e de importância indescritível; de outro nega o devir, as constantes mudanças que passam todas as coisas, caráter básico na formação das identidades, tradições e manifestações culturais, mas que se apresenta para esta geração com uma proposta de desfiguração irreversível e irremediável (CRUZ, 2012).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A autenticidade gastronômica é sem dúvidas um assunto apto a diferentes leituras e debates, envolto por conceitos diversos e esferas que ainda estão se desenvolvendo. Vigiado pela perspectiva individual do sujeito, o alimento sem referência é capaz de transmitir qualquer mensagem, sendo ouvida e apropriada a dada maneira. Frutos de um sistema econômico em vigor e modismos que se atualizam semanalmente, esses alimentos se distanciam da autenticidade fornecida pela relação orgânica com o espaço, onde por propriedades materiais palpáveis, se afloram ideais e características intangíveis. Responsáveis pela sua identificação, seleção e salvaguarda, as políticas institucionais de valorização dos bens culturais alimentares transitam por um espaço complexo na tentativa de conciliar interesses genuínos de preservação e de arrecadação de capital. Nesse fetiche patrimonial, nos encontramos à busca por princípios que consigam harmonizar um desenvolvimento sustentável das práticas

turísticas gastronômicas e culturais; possibilitando tanto a apreensão de significados verdadeiros pelos visitantes quanto o respeito, apreço e valores justos pelos visitados.

Assim, como forma de viabilizar esses contextos e a sustentabilidade da cadeia socio-comercial existente, a valorização de práticas turísticas que respeitem as relações orgânicas locais é essencial. Nesse sentido, uma perspectiva com grande potencial conciliador é o turismo solidário ou de base comunitária. Este que, centrado em recursos endógenos, tem como princípios a autogestão, o associativismo e o cooperativismo, a democratização de oportunidades e benefícios, a valorização cultural local e o protagonismo das comunidades (FABRINO et al, 2016); e encontra no caso do Quilombo do Campinho da Independência, em Paraty (RJ), um exemplo a ser seguido.

Nas confluências de pensamentos, não busco através deste discorrimento esgotar os temas debatidos e muito menos propagar verdades absolutas. Tento por poucas palavras provocar os lúcidos e despertar os dormentes para nossa intensa realidade alimentar, onde temas como contemporaneidade e dinamismo devem sempre estar em nossa mente. Vivemos um momento de escolha e definição de valores, onde fagocitar tendências neocoloniais e práticas predatórias de forma irresponsável, em detrimento à nossa própria cultura, já não deveria ser aceito. Mutar nossas estruturas não necessariamente é ruim, parte do futuro está no novo e ele sempre caminha até nós, porém nesse movimento transicional se mostra necessário muito discernimento e responsabilidade em nossas escolhas.

REFERÊNCIAS

ANJOS, F, A; CALDAS, N, V. ¿Qué vale más, el instrumento o la melodía? Notas críticas sobre dispositivos de valorización de la calidad agroalimentaria. **Revista Confluências Culturais**. V. 9, n. 2, pp. 175- 188, 2020.

BAHLS, A. A. D. S. M. **Modelo para validação da autenticidade de preparações culinárias tradicionais no contexto da experiência turística gastronômica**. Tese (Doutorado em Turismo & Hotelaria) – Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2019, 335p.

BAUDRILLARD, J. **Simulacra and simulation**. Tradução de Sheila Faria Glaser. Michigan, 1995. Disponível em <https://www.pdfdrive.com/simulacra-and-simulation-e185728320.html>. Acesso em fevereiro de 2021.

BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, p.143-147, 1995.

BRASIL. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. **Institui o registro de bens culturais imateriais brasileiros e cria o programa nacional do patrimônio cultural**. Brasília. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm . Acesso em maio de 2021.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Editora Estação Liberdade, Fundação Editora da UNESP. São Paulo: 3.ed. 2006, 288p.

COELHO JUNIOR, A. G; BARREIRA, C. R. A. Formação da personalidade autêntica e corporeidade à luz de Edith Stein. **Psicol. USP**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 345-353, 2018.

CRUZ, R. C. A. "Patrimonialização do patrimônio": Ensaio sobre a relação entre turismo, "patrimônio cultural" e produção do espaço. **GEOUSP – Espaço e tempo**, São Paulo, n. 31, pp. 95-104, 2012.

FABRINO, N. H; NASCIMENTO, E. P; COSTA, H. A. Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, pp. 172-190, dez. 2016.

KOOLHAAS, R. A cidade genérica. In: KOOLHAAS, R. **Três textos sobre a cidade**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2010.

MACCANNELL, D. Staged Authenticity: Arrangement of social space in tourist settings. **American Journal of Sociology**, v. 79, n. 3, pp 589-603, 1979.

MENDES, B. C; QUINZANI, S. S. P; MAQUES, A. Processo de denominação de origem: vantagem ou desvantagem? **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XI, n. 1, p. 90-106, jun. 2014.

MOORE, J. W. **Antropocene or Capitolocene? Nature, History, and the Crisis of Capitalism**. Sociology Faculty Scholarship, 2016.

POULOT, D. **Uma história do patrimônio no Ocidente, séculos XVIII-XXI. Do monumento aos valores**. Editora Estação Liberdade, São Paulo: 1.ed. 2009, 239p.

SANTILI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. **Demetra: Alimentação, nutrição & saúde**; v. 10, n. 3, pp. 585-606, 2015. DOI: 10.12957/demetra.2015.16054.

VALENTE, M, E, R; PEREZ, R; RAMOS, A, M; CHAVES, J, B, P. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 42, n. 3, pp. 551-558, mar, 2012

Produções artísticas gastronômicas: a trajetória de um projeto cultural universitário

Gastronomic artistic productions: the path of a university cultural project

Producciones artísticas gastronómicas: el camino de un proyecto cultural universitario

Alisson Marley Rodrigues Alcantara | alissonmralcantara@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4800-0187>

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.

Alessandra Pinheiro de Goes Carneiro | alessandra.carneiro@ufc.br
<https://orcid.org/0000-0001-5784-3808>

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.

Allyson Levy Pinheiro Ávila | levycinema@alu.ufc.br
<https://orcid.org/0000-0003-2069-652X>

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.



Recebimento do artigo: 08-março-2021

Aceite: 01-dezembro-2021

ALCANTARA, A. M. R.; CARNEIRO, A. P. G.; ÁVILA, A. L. P. Produções artísticas gastronômicas: a trajetória de um projeto cultural universitário. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 172-182, dez. 2021.

RESUMO

O projeto "Imagens que despertam aromas, sabores, memórias e sensações gustativas a partir de preparações gastronômicas" tem como objetivo expressar novas formas de compreender a gastronomia por meio da fotografia gastronômica, despertando nos expectadores sensações gustativas através dos registros de cores, texturas, composições e produções artísticas. Além disso, utilizar as fotografias e produções artísticas como ferramentas de fomento e promoção cultural. O relato a seguir apresenta as experiências estudantis de um bolsista no projeto de extensão universitária durante de três anos de atividade, bem como seus desafios e desenvolvimentos através da promoção artística e cultural gastronômica.

Palavras-chave: Gastronomia; Fotografia; Cultura; Arte.

ABSTRACT

The project "Images that awaken aromas, flavors, memories and taste sensations from gastronomic preparations" aims to express new ways of understanding gastronomy through gastronomic photography, awakening gustatory sensations in viewers through the registration of colors, textures, compositions and artistic productions. In addition, use photographs and artistic productions as tools for cultural promotion and promotion. However, the following article presents the scholarship student's experiences in the project described over the course of three years of activity, as well as its challenges and developments through gastronomic artistic and cultural promotion.

Keywords: Gastronomy; Photography; Culture; Art.

RESUMEN

El proyecto "Imágenes que despiertan aromas, sabores, recuerdos y sensaciones gustativas a partir de preparaciones gastronómicas" pretende expresar nuevas formas de entender la gastronomía a través de la fotografía gastronómica, despertando en el espectador sensaciones gustativas a través del registro de colores, texturas, composiciones y producciones artísticas. Además, utilizar fotografías y producciones artísticas como herramientas de promoción y promoción cultural. Sin embargo, el siguiente artículo presenta las experiencias del becario en el proyecto descrito a lo largo de tres años de actividad, así como sus retos y desarrollos a través de la promoción gastronómica artística y cultural.

Palabras claves: Gastronomía; Fotografía; Cultura; Arte.

INTRODUÇÃO

O projeto “Imagens que despertam aromas, sabores, memórias e sensações gustativas a partir de preparações gastronômicas” é um projeto realizado pelo Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará - UFC e promovido pela Secretaria de Cultura Artística da Universidade Federal do Ceará (Secult-arte/UFC). O projeto tem como objetivo principal a expressão artística por via da fotografia gastronômica, trabalhando com registros dos preparos realizados nas disciplinas práticas do Bacharelado, capaz de despertar sensações a partir das imagens. Como cita Filho (2008), o cenário fotográfico, em especial o da fotografia gastronômica, embora pareça e deva parecer verossímil, está envolto em uma série de recursos e de poderes simuladores capazes de insinuar delícias, engatilhar e mesmo intensificar a vontade de comer ou beber algo naquele momento. Dessa forma, temos a fotografia como ferramenta de expressão cultural, didática educativa, além do registro e patrimônio da cultura alimentar.

A seguir será apresentada a experiência do bolsista no decorrer de três anos de atividade, que acompanhou desde a fundação do projeto até os desafios promovidos pela Pandemia do Covid-19 (Sars-cov-2) em 2020. Dessa maneira, podemos perceber a expansão das atividades artísticas e culturais do projeto, permitidas pelo ensino do conhecimento gastronômico por meio da fotografia artística.

Ainda foi possível compreender as múltiplas possibilidades nas quais a Gastronomia permite acontecer, abordando temas e projetos que vão desde as técnicas culinárias até o subjetivo das artes visuais, alcançando o imaterial, expressando características culturais, tendo enfoque nos hábitos alimentares e nas técnicas culinárias.

A EXPERIÊNCIA

Produção realizada em 2018

O projeto teve início no dia 01 de março de 2018, intitulado “Imagens que despertam aromas, sabores, memórias e sensações gustativas a partir de preparações de Panificação e Confeitaria”. As atividades eram divididas em etapas, iniciando com acompanhamento das aulas práticas das disciplinas de Panificação e de Confeitaria, ambas do Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará. Sendo assim, durante o acompanhamento, deveríamos registrar as preparações durante o processo de preparo e os resultados finais. Dessa forma, os registros passavam por tratamento e posterior publicação na conta oficial do projeto no Instagram, registrada em: <https://www.instagram.com/gastro.foto.ufc/>. O objetivo, também, era levar as fotografias para outros espaços e instituições educacionais, realizando ocupações artísticas por meio de mostras fotográficas, despertando sensações aos espectadores através das imagens.

Figura 1. Flambagem de Crème Brûlée

Fonte: O autor, 2018

Figura 2. Profiteroles com calda de chocolate

Fonte: O autor, 2018

Figura 3. Profiterole recheado

Fonte: O autor, 2018

Foram realizadas diversas mostras fotográficas, tanto dentro da Universidade como em outras instituições de ensino. Vale destacar a construção de uma das mostras cuja sua montagem foi cumprida de uma forma muito peculiar e específica. As fotos foram produzidas pelo ângulo superior (tiradas de cima) e, posteriormente, impressas, recortadas e coladas nos próprios pratos onde os alimentos foram fotografados (Figura 7) passando a impressão para o espectador de estar vendo o alimento presencialmente. Nessa mostra especificamente foi possível notar como a fotografia gastronômica é uma forma de despertar novas sensações e permite ao espectador experimentar o alimento através de outros sentidos, como a visão e o tato. Ao observar o alimento através de outra perspectiva, ao espectador foi apresentado uma forma criativa de intervenção artística e foi possível perceber essas imagens relacionadas ao ambiente sua composição, no caso os pratos que serviram como moldura para as fotografias apresentadas, tirando a contemplação da imagem de um formato tradicional (como um quadro ou moldura) e levando a comunicação visual para outros meios inovadores.

Figuras 4, 5, 6 e 7. Mostras realizadas



Assim, no primeiro ano de atividades conseguimos abrir as portas para o universo artístico no Bacharelado em Gastronomia da UFC, trazendo um novo olhar para as preparações e para as formas de expressão culturais através dos alimentos, fundamentados na promoção da cultura artística pelas imagens gastronômicas.

Produção realizada em 2019

Em 2019 os caminhos começaram a mudar para o projeto. Com o alcance da visibilidade e o empenho dos participantes, foi possível expandir as atividades e levá-las a novos espaços. Seguindo a ideia original de transmitir sensação de sabores e despertar outras impressões através da fotografia gastronômica. Dessa forma, houve oportunidade de realizar intervenções em diversos espaços como: no IPREDE – Instituto da Primeira Infância, participando de uma atividade em conjunto com o projeto “Educação Alimentar e Nutricional para Todos” com orientações nutricionais para familiares e crianças participantes; no CETRA – Centro de Estudos do Trabalho e Assessoria ao Trabalhador, compondo a programação da “Semana do Celíaco”, evento destinado aos celíacos, orientando-os sobre novas formas de alimentação frente às suas necessidades específicas; na UNI 7 – Universidade 7 de Setembro, fazendo parte da programação da “Feira das Profissões Uni7”, alcançando um público em sua maioria de estudantes de Ensino Médio; e no Museu da Boneca de Pano, durante o evento “Periferia Vive”, todos espaços citados na cidade de Fortaleza, Ceará.

Na intervenção realizada na instituição IPREDE foi possível apresentar as mais variadas fotografias gastronômicas para os frequentadores do espaço, dentre eles crianças e seus parentes que são atendidos pelos programas sociais promovidos pela instituição, levando a Gastronomia para novos espaços, alcançando públicos que muitas vezes sequer haviam tido contato com estudantes de gastronomia e suas produções artísticas e culturais.

Já na instituição de ensino Universidade 7 de setembro foi realizada uma mostra junto com a apresentação do curso do Bacharelado em Gastronomia da UFC em uma feira das profissões preparado pela instituição, seu corpo discente e demais interessados. Foi possível alcançar estudantes do Ensino Médio e apresentar a Gastronomia pelos seus mais variados aspectos e formas de estudar e aprender, contribuindo para a divulgação desses conhecimentos e o fortalecimento dessa área científica.

Durante o evento "Periferia vive!", a participação do projeto e sua respectiva mostra fotográfica foi marcada pelo alcance a um público totalmente diferente do que já havia participado das ações. O evento tinha como objetivo reunir uma série de expressões artísticas da comunidade do bairro Pici, em Fortaleza. Sendo assim, como o instituo que sedia o curso de Gastronomia fica ao lado dessa região, um dos integrantes do curso de Teatro da UFC fez o convite ao projeto para participação na ocasião, permitindo uma integração entre áreas da cultura e levando conhecimento aos mais variados espectadores.

Figura 8. Intervenção na instituição IPREDE



Fonte: O autor, 2019

Figura 9. Intervenção na instituição CETRA



Fonte: O autor, 2019

Essas atividades permitiram uma troca de saberes com um público extremamente variado e, além disso, apresentar a Gastronomia para além do ato culinário, demonstrando um novo olhar para essa ciência, visto que o momento atual é oportuno para a análise da construção das bases científicas e tecnológicas desse campo de estudos e da inserção do gastrônomo no mercado de trabalho no país (ROCHA, 2015).

Além disso, foi realizada uma atividade muito especial no UUNDC – Núcleo de Desenvolvimento da Criança da UFC onde foi possível promover uma atividade lúdica envolvendo várias áreas do conhecimento. Na ocasião as crianças do núcleo (em faixa etária de cinco anos de idade) deveriam analisar as obras paisagísticas do arquiteto Burle Marx e, a partir daí, interpretar essas obras, demonstrando-as na montagem de pratos de salada com insumos não convencionais, as plantas alimentícias não convencionais - PANC's são plantas típicas de determinadas regiões e com crescimento espontâneo (PEDROSA et al., 2012). Dessa forma foi necessário unir conhecimentos da Arquitetura, Botânica, Gastronomia e, de forma lúdica e metodológica, passar esses conhecimentos para as crianças e, posteriormente, realizar registros fotográficos das preparações feitas por eles (exemplo: Figura 12).

Figura 10. Insumos utilizados na atividade, incluindo as PANC's



Fonte: O autor, 2019

Figura 11. Estudantes analisando as obras do arquiteto Burle Marx



Fonte: O autor, 2019

Figura 12. Exemplo da montagem de salada

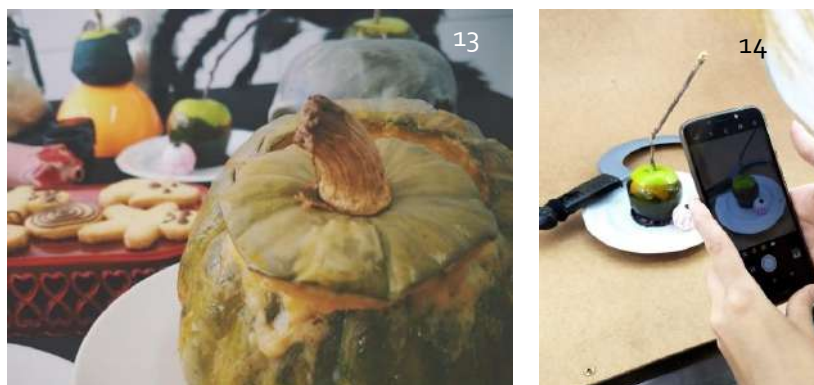


Fonte: O autor, 2019

Sendo assim, além dos novos espaços de intervenção, foi possível realizar atividades de ensino em fotografia, culminando no encerramento do ano com a oficina: "Fotografia criativa: tema Halloween", permitindo o ensino de técnicas de fotografia gastronômica com uso de *smartphone* e, além disso, ideias para decoração de pratos, mesas e cenários para as fotografias.

Nesse momento compreendeu-se a possibilidade do ensino gastronômico através das imagens. Como se poderia utilizar da fotografia, da análise das imagens, das expressões artísticas e culturais para concepção de métodos de ensino em Gastronomia e Cultura. Dessa maneira, escolheu-se a data comemorativa Dia das Bruxas pelo seu aspecto visualmente criativo e por ser um evento que instiga a imaginação, além de ser marcada pela expressão culinária dos doces e pratos típicos desse evento cultural.

Figura 13 e 14. Realização do workshop temático



Fonte: O autor, 2019

Produção realizada em 2020

No ano de 2020, a coordenação do projeto decidiu expandir o alcance das atividades, saindo do do espaço exclusivo panificação e confeitaria, abrangendo a Gastronomia como um todo, mudando o título do projeto para "Imagens que despertam aromas, sabores, memórias e sensações gustativas a partir de preparações gastronômicas". Havia um planejamento de produção fotográfica de todas as disciplinas práticas do Bacharelado em Gastronomia da UFC e demais atividades práticas, todavia fomos acometidos pela pandemia mundial do Covid-19 e sua respectiva necessidade de isolamento social.

Dessa forma, um novo desafio surgiu no horizonte: como levar cultura gastronômica através da fotografia em meio a uma pandemia mundial? Porém, nem tudo estava perdido. Com as possibilidades geradas pela internet, seguindo uma tendência geral, foi possível adaptar as atividades para o meio remoto e, com apoios e parcerias, realizar as atividades.

Sendo assim, o projeto desenvolveu uma série de *lives*, em parceria com o projeto "Gastronomia em Movimento", onde foi possível agregar e transmitir os mais diversos assuntos e conhecimentos, tendo a Gastronomia como tema central. Os encontros tiveram os seguintes temas: "História da alimentação", "Alimentação em tempos de crise: Ceará e suas secas", "A formação do Chef fora do Brasil", "Saborologia: aspectos sensoriais do sabor", "A importância do Chef durante a 2ª guerra mundial", "O diário de um estudante de Gastronomia da UFC em Lisboa", "A relevância das políticas públicas no planejamento de retorno mercadológico da Gastronomia", "Acredite em você e o mundo também acreditará", "A Gastronomia no turbilhão das redes sociais: o que fazer para não passar despercebido(a)?" e "O poder da fotografia na Gastronomia". Dessa maneira, através dessas atividades foram fortalecidos os laços construídos pela Gastronomia com as mais variadas áreas do conhecimento, tendo como foco o ensino e englobando a promoção do saber, da cultura, da história e demais conhecimentos que envolvem as ciências gastronômicas.

Além dos encontros, havia no planejamento o desejo expandir o alcance de público através de atividades lúdicas e interativas. Sendo assim, foram promovidas três mostras fotográficas totalmente virtuais através do perfil oficial do projeto na plataforma Instagram, tendo como participantes discentes, docentes e o público em geral.

Figuras 15 e 16. Divulgação das mostras virtuais



Fonte: O autor, 2020

Com essas mostras foi possível engajar os mais variados públicos e incentivar que os participantes apresentassem suas criações gastronômicas para outras pessoas, gerando uma troca de costumes e ideias, de saberes e sabores.

Finalizando as atividades de 2020, foi mantida a ação criativa com o tema de Dia das Bruxas, como em 2019, trazendo para o formato digital dicas e temas relacionados a fotografia gastronômica, culminando em uma mostra com pratos “assustadores” montados pelas participantes (Figuras 17 e 18).

Figuras 17 e 18. Fotografias participantes da Mostra Monstruosa



Fonte: O autor, 2020

RESULTADOS

Com as atividades desenvolvidas durante três anos do projeto foi possível perceber a necessidade de explorar a Gastronomia pelo viés artístico e cultural e, agregado a isso, a potencialidades que essa área científica possui em ser multidisciplinar e expressiva em vários ramos, podendo se expressar das mais criativas formas e plataformas, sendo composta por vastos conhecimentos das mais variadas áreas, como a Sociologia, a História, a Antropologia e as Artes Visuais.

Conseguimos produzir uma página oficial na plataforma Instagram que gerou engajamento e levou para o público fora da comunidade acadêmica o que o Bacharelado produz e colaborando, também, com o saber gastronômico cada vez mais consolidado e múltiplo, não se enquadrando somente em técnicas culinárias, mas alcançando outros horizontes ainda pouco explorados, levando os saberes gastronômicos para fora dos muros da Universidade, alcançando novos públicos e possibilidades de ensino.

Foi gratificante realizar essas atividades e encontrar a diversidade de espectadores, levando conhecimento, entretenimento e arte para os participantes das ações. Foi possível dialogar com o ensino, a cultura, a fotografia, as intervenções artísticas, a culinária e todo o campo de atuação que a Gastronomia compõe.

A equipe inicia o ano de 2021 com novas ideias e com atividades adaptadas à nova realidade, mas com a esperança de poder retornar, o mais breve possível, às atividades presenciais de promoção artística e cultural.

DISCUSSÃO

Com o compilado de atividades, eventos, oficinas e intervenções dentro desses três anos de trabalho, foi possível compreender a Gastronomia expressando-se nas mais diversas áreas do conhecimento e nas mais variadas formas de promover a arte e a cultura. O projeto contribuiu (e ainda contribui) para a expansão da Gastronomia na sociedade, tendo o lúdico como linguagem para um novo universo artístico e fotográfico.

Dessa forma, conseguimos compreender e fortalecer uma característica tão presente nas Ciências Gastronômicas: a capacidade desse campo do saber em ser tão variada e multidisciplinar. Sendo assim, é permitido ao pesquisador em Gastronomia conhecer os mais diversos aspectos que rodeiam um costume, um hábito alimentar, uma expressão culinária ou um recorte da história humana a partir do ponto de vista de uma análise dos alimentos, seja pelo olhar da Sociologia, a Antropologia ou, até mesmo da Filosofia. Isso é o que compõe a fascinante Gastronomia.

Iniciamos o ano de 2021 com o sentimento de esperança que só o fazer artístico pode proporcionar. Entendemos que estamos passando por um período sombrio para saúde e para as artes, contudo continuamos seguindo produzindo o que mais amamos: sabores, saberes e muita criatividade. Continuaremos pesquisando e desenvolvendo o saber gastronômico através do olhar da fotografia, fortalecendo as análises e expressões do patrimônio material e imaterial, na expectativa de alcançar ainda mais pessoas e suas diversidades.

Contudo, o projeto “Imagens que despertam aromas, sabores, memórias e sensações gustativas a partir de preparações gastronômicas” marcou a história de um curso universitário e deixou uma fatia dessa criatividade em cada lugar onde sua equipe atuou, contribuindo para a construção, fortalecimento e promoção dos saberes gastronômicos.

REFERÊNCIAS

PEDROSA, M.W.; MASCARENHAS, M.H.T.; CARVALHO, E.R.O.; SILVA, L.S.; SANTOS, I.C.; CARLOS, L.A. **Hortaliças não convencionais: saberes e sabores**. Belo Horizonte, p.22, 2012.

FILHO, Antonio Roberto Chiachiri. **O sabor das imagens**. Orientador: Maria Lucia Santaella Braga. 2008. 144 p. Tese de Doutorado (Doutorado Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

ROCHA, Fernando Goulart. Gastronomia: Ciência e Profissão. **Arquivos Brasileiros de Alimentação**, Universidade Federal Rural de Pernambuco, ano 1, v. 1, n. 1, p. 3, 28 fev. 2021.

A gastronomia e o ensino das ciências: entrevista com Paulina Mata

Gastronomy and science education: interview with Paulina Mata

La Gastronomía y la enseñanza de las ciencias: Entrevista a Paulina Mata

Paulo Henrique Machado de Sousa | phmachado@ufc.br

<https://orcid.org/0000-0003-2100-1179>

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.

Rafael Veras Castelo Branco | raafaelverass@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7005-6227>

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.



Recebimento da entrevista: 07-agosto-2021

Aceite: 01-novembro-2021

SOUZA, P. H. M.; BRANCO, R. V. C. A gastronomia e o ensino das ciências: entrevista com Paulina Mata. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 183-193, dez. 2021.

Sobre a entrevistada



Maria Paulina Estorninho Neves da Mata (Envendos/Portugal, 1955) é cientista, pesquisadora e escritora com interesse nas áreas de Química Orgânica e Química Alimentar. Tem doutorado em Química Orgânica pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa (FCT-NOVA) e graduação em Engenharia Química pelo Instituto Superior Técnico - Universidade de Lisboa. Atua como professora auxiliar do Departamento de Química da FCT-NOVA e coordena, desde 2010, o Mestrado em Ciências Gastronômicas da FCT-NOVA e do ISA-ULisboa. Participou da elaboração de cinco livros, entre eles *A Cozinha é um Laboratório* e *A Cozinha Modernista*, tendo compartilhado, ainda, conhecimentos por meio de periódicos, programas de TV e sites, como o blog *Assins e Assados*. Atualmente, integra o Conselho Editorial da *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*.

Rafael Veras: Professora Paulina, começo perguntando como e em que momento a Química e a Gastronomia convergiram em sua trajetória acadêmica?

Paulina Mata: Eu sempre gostei de cozinha, mas nunca pensei em seguir carreira na área, mesmo quando era mais jovem. Era um hobby, eu cozinhava em casa e, portanto, acabei por estudar Engenharia Química e, depois entrei para a Universidade, quando comecei a trabalhar com Química Orgânica. Obviamente, com base em Química Orgânica, eu conseguia perceber algumas coisas que aconteciam na cozinha, mas eu comecei mesmo a ligar mais uma coisa à outra em 2001, quando uma agência para divulgação de ciência aqui em Portugal, que se chama Ciência Viva¹, decidiu fazer ações de divulgação da ciência usando a cozinha e os alimentos como base. Era para fazer só uma ação e eles mandaram a proposta para vários institutos, vários centros de investigação em Portugal e várias universidades para saber quem queria colaborar. E apareceram várias pessoas, umas dez ou doze, dentre as quais eu. Daí, começamos a preparar algumas ações que eram só para um evento que eles iam organizar, que se chama *A Cozinha é um Laboratório*². Tivemos várias reuniões, nos dividimos em grupos – eu não conhecia ninguém entre as outras pessoas – e, para essas ações, nós fazíamos pequenos testes em que explicávamos, de forma muito simples, o que acontecia (em práticas culinárias). E aí aconteceram duas coisas: eu conheci uma pessoa que eu tenho trabalhado desde então, portanto há vinte anos que trabalho com ela e ficamos muito amigas, que foi a Margarida

¹ Ciência Viva: criada, em Portugal, no ano de 1996, pelo ministro da Ciência e da Tecnologia, Mariano Gago, este projeto surge com o objetivo de promover a educação e a cultura científica. Em 1998, transformou-se em uma associação de instituições científicas, assumindo o nome Ciência Viva – Agência Nacional para a Cultura Científica e Tecnológica. Após isso, expandiu-se, passando a atuar em escala nacional, com uma rede de 21 Centros de Ciência espalhados por todo o território português.

² *A Cozinha é Um Laboratório*: conjunto de ações desenvolvidas pela Agência Ciência Viva, em Portugal, com o objetivo de divulgar o conhecimento científico por meio de práticas na cozinha. Posteriormente, o projeto deu nome a uma publicação produzida pelos cientistas envolvidos nestas atividades, entre eles a professora Paulina Mata e Margarida Guerreiro.

Guerreiro³, que inclusive escrevemos um livro⁴ juntas; e o que aconteceu, que de certa forma foi inesperado, foi que, nesse evento em que iam muitos professores do ensino secundário, eles começaram a levar os testes que a gente descrevia para fazer com os seus alunos e passaram a demonstrar cada vez mais interesse, e nos contactaram para ir às escolas fazer (essas práticas). Portanto, uma coisa que, inicialmente, era apenas para um evento acabou por se estender no tempo e, durante muitos anos, eu e a Margarida fomos a muitas escolas, mais de 60, 80 escolas no País todo fazer palestras, algumas ações de demonstração, demos também apoio a professores e alunos. Então, como eles viram o interesse das pessoas por isto, começaram também a fazer, no Museu, atividades. No princípio, éramos nós que fazíamos e, depois, passaram a fazer a formação dos monitores deles para que eles fizessem essas atividades, e continuam fazendo até hoje. Esta Agência Ciência Viva tem centros de ciência pelo País todo e, onde ocorrem mais (essas ações) é onde nós fizemos, em Lisboa, um lugar que se chama Pavilhão do Conhecimento⁵.

Depois, eu e Margarida também participamos de um programa de divulgação de ciência, que era apoiado pela Ciência Viva e que passou no principal canal de televisão em Portugal, o RTP1. Eram três episódios, que reuniam coisas de várias áreas da ciência, e nós tínhamos uma cozinha onde explicávamos coisas do dia-a-dia, onde fazíamos algumas experiências, e isso acabou também por dar uma grande divulgação. Eles tinham um site, que já não está acessível, em que nós também escrevíamos alguns testes. Como tínhamos os testes que escrevíamos para as atividades todas, um dia tivemos a ideia de escrever um livro. Escrevemos um livro, falamos com a Ciência Viva, que disse que dava apoio ao livro, mas pediu para ter o nome da atividade deles, A Cozinha é um Laboratório, que eu acho que é um bom nome. E foi assim que nós começamos também. Escrevemos esse livro, que foi apoiado por eles e que vendeu muito bem. Houve muita gente do público em geral interessada, aliás, continua a haver, mas as principais pessoas foram os professores e alunos do ensino secundário, porque eles tinham que fazer feiras de ciências e eram atividades que eles viram que atraíam muitas pessoas. Portanto, eles compraram muito o nosso livro, fizeram muitas atividades, fizeram muita coisa. Também fomos convidadas, eu e a Margarida, para escrever em um dos principais jornais portugueses sobre esses assuntos. Tínhamos uma página de, mais ou menos, duas vezes por mês, onde ainda escrevemos por uns anos. Eu também escrevi em uma revista para profissionais de cozinha, que era, mais ou menos, um artigo por mês, e isso foi se divulgando muito e as pessoas foram se habituando, foram se interessando por esses assuntos. Agora, não fazemos tanto essas atividades. Em 2010, eu comecei o Mestrado em Ciências Gastronômicas e o número de alunos tem vindo a crescer, o trabalho também, e tenho me centrado mais nisso, mas é uma atividade que, embora façamos menos, continuamos a fazer e que continua a interessar as pessoas.

³ Margarida Guerreiro: doutora em Química Orgânica, com licenciatura em Química pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa (FCUL). Desde novembro de 2020, atua como professora auxiliar do Departamento de Química e Bioquímica da FCUL, na qualidade de membro integrante do Instituto de Ciências Integrativas e de BioSistemas-BioISI e do Centro de Ciências Marinhas e Ambientais-MARE.

⁴ GUERREIRO, Margarida; MATA, Paulina. A Cozinha é um laboratório. Editora Fonte da Palavra: Lisboa, 2009.

⁵ Pavilhão do Conhecimento: conhecido originalmente como Pavilhão do Conhecimento dos Mares, é o maior centro de ciências de Portugal, também integrante da Agência Ciência Viva. Localiza-se no Parque das Nações, no antigo recinto da Expo 98, em Lisboa.

R.V.: Professora, para muitas pessoas, o conhecimento científico parece ser algo inatingível e, por vezes, desinteressante. A que a senhora atribuiria essa dificuldade que, por exemplo, alguns alunos têm com a Química e de que forma isso pode ser superado? Pergunto, também, qual sua orientação aos estudantes de Gastronomia que, por algum motivo, dizem-se aversos à Química?

P.M.: Eu não sei bem como é no Brasil, mas imagino que não seja muito diferente da situação aqui em Portugal. Eu acho que, muitas vezes, nos vários níveis de ensino, a ciência e a Química são introduzidas de forma muito abstrata, com conceitos que não são intuitivos e que as pessoas não entendem facilmente. Portanto, é como se estivessem a dar respostas a perguntas que as pessoas não têm, o que acaba por desinteressá-las. Eu acho que o que nós fizemos aqui foi um pouco ao contrário: nós colocávamos as questões antes e, depois, dávamos respostas ou explicávamos coisas que as pessoas conhecem bem, não ficávamos a introduzir coisas que não são necessárias. Nessas atividades para a divulgação de ciência, as pessoas não estão ali para saber muito de ciência, estão ali para despertarmos a consciência de que a ciência está presente no cotidiano delas, para mostrarmos como a ciência pode ajudar a interpretar algumas coisas. E eu acho que, algumas vezes, as pessoas têm tendência a fazer explicações muito complicadas, muito complexas, e perdem o seu público. Nossa maneira de trabalhar sempre foi introduzir algum senso de humor, falar de forma muito clara. Eu fiz muitas ações com a Margarida Guerreiro e, às vezes, nós chegávamos e não sabíamos bem a idade das pessoas, mas, com a prática, nós adaptávamos facilmente. Fizemos em universidades, em universidades da terceira idade, em escolas do primeiro e do segundo ciclo, para todos os níveis etários, desde as crianças de quatro, cinco, seis anos até crianças mais velhas. E eu acho que sempre conseguíamos apanhar muito bem o público. Agora, nós não tentávamos apresentar as coisas de forma muito complexa. Aliás, se você ler o nosso livro *A Cozinha é um Laboratório* você vê que a linguagem é muito simples.

Eu até vou contar uma história que nos aconteceu uma vez e que nós dizemos que é a nossa “coroa de glória”: convidaram-nos para ir a um Centro de Tempos Livres de Jovens, nos arredores de Lisboa. Era em um bairro complicado e eu lembro que nos disseram para nos encontrarmos com as pessoas que iam conosco em um dado local, porque não era bom levar o carro para lá e, quando chegamos, a Margarida até comentou: “Não há nenhum carro estacionado e todas as janelas têm grades”. Então, nos levaram para um centro de jovens que tinham 13 ou 14 anos, até 18 ou 19, em que estavam todos com casacos com capuz, a olhar para baixo. Nós entramos, mas obviamente não era uma coisa muito atraente (para eles) passar uma tarde com duas pessoas que podiam ser avós deles e que eles achavam que não tinham nenhum ponto de contato. E eu lembro que nós fomos pegar as coisas e comentamos: “O que é que nós vamos fazer?”. Os monitores saíram, foram lá para o fundo da sala e ficamos sozinhas com eles. E nós tínhamos uma experiência muito simples, para quebrar o gelo, que era uma garrafa que, por fora, dizia “Não abra, que pode acontecer alguma coisa” e que estava cheia de água. A garrafa tinha muitos furos, mas a água não saía, obviamente, porque estava tampada. Então, chamamos um deles e dissemos: “Tu queres experimentar abrir a garrafa, tu tens coragem?”. Ele: “Claro!”. Então, ele abriu a garrafa e ficou molhado. Ele voltou a fechar a garrafa e voltou-se pra mim e disse: “Molhou-me, não foi? Agora vou molhar você”. Aí, ele abriu a garrafa e me molhou. Eu disse: “Olha, estamos em agosto, está imenso o calor, tudo bem. Mas sabes porque isso aconteceu?”. E ele respondeu imediatamente: “Grande coisa! A garrafa estava fechada e não podia entrar ar e, portanto, não saía a água. Quando eu abri a garrafa, entrou ar”. Portanto, um jovem que vivia naquele bairro que tinha diversos problemas, ele percebeu logo porque era uma coisa mais prática. E acho que, muitas vezes, acontece isso com as pessoas. Eu tinha visto

uma pessoa que trabalha nesse centro de ciências ficar muito admirada e dizer que não percebia o que estava acontecendo, portanto, aquele jovem percebeu. Então eu disse: "Eu nem sei o que eu estou a fazer aqui, já que você percebe muito bem as coisas". Aí resolvemos fazer manteiga. Perguntamos se alguém queria ajudar e disseram que não. Fizemos eu e ela (a Margarida), e eles iam comentando: "Mas que porcaria que isso deve ser, mas que porcaria que isso deve ser". E nós fomos fazendo, pois estávamos ali para passar a tarde, e chegou ao fim: "Quem quer provar?". Ninguém! "Ninguém quer provar!". Aí, eu e Margarida dissemos: "Olha, é uma pena vocês não quiserem provar, porque é bom! Nós temos aqui umas bolachas e vamos comer". Começamos eu e ela a comer, aí chega um diz: "Eu provo!". Provou, cuspiu ao chão e disse: "É horrível!". E nós dissemos: "Horrível? Eu não acho nada horrível, eu acho bom". Continuamos a comer e, passado um tempo, um deles se levantou, provou e disse para todos: "É bom!". Saltaram todos dos lugares e começaram a comer a manteiga. A partir daí, tudo mudou, os capuzes foram para trás e eles começaram a falar conosco, a fazer perguntas, conseguimos introduzi-los naquelas atividades. Em certa altura, fizemos uns bolos com eles, todos já participavam de tudo, queriam fazer tudo, queriam experimentar tudo. Um deles até disse: "Escreva-me aqui a receita". Eu respondi: "Escreva você!". Aí ele me olha e diz: "Ô, dama, achas que sou uma pessoa que gosta de escrever?". Então eu escrevi a receita para ele fazer em casa com a família. Quando viemos embora, eles vieram todos à porta e disseram: "Venham mais vezes, gostamos muito dessa tarde! Venham mais vezes!". Portanto, eu acho que não devemos levar muito a sério, não podemos estar convencidos de que estivemos ali para ensinar alguma coisa muito importante, nem coisas muito complexas, tem que ser de uma forma muito simples e falar a linguagem que as pessoas entendem. Eu acho que isso é essencial. Falar a linguagem que as pessoas entendem e responder a perguntas que eles têm e que lhes interessam. E eu acho que, assim, é capaz de se chegar lá.

Tivemos outro projeto que também era em uma zona nos arredores de Lisboa, com muita imigração, era um projeto europeu com vários países e o nosso papel era envolver as famílias. Eram famílias de imigrantes, de vários países africanos, e não foi difícil, porque nós tentávamos usar os conhecimentos deles, convidá-los, pedir-lhes para falar sobre a comida que faziam. Portanto, primeiro, nós ouvíamos o que eles tinham a dizer e, depois, valorizávamos o conhecimento deles. Eles sabiam fazer aquilo. E Margarida até dizia: "Tua mãe era uma cientista e não sabia". Eu acho que, valorizando o conhecimento das pessoas e respondendo às perguntas deles, é que se chega lá.

R.V.: Professora, a cozinha é, então, um bom lugar para transformar essa relação com a ciência. Como podemos perceber a ciência, por exemplo, nas panelas, durante as práticas culinárias rotineiras?

P.M.: Muitas vezes, mesmo para pessoas que sabem muito de ciência, não é fácil fazer essa ligação. Eu tenho colegas que trabalham com proteínas e que não percebem porque que um leite talhou, porque que aquilo coagulou. Não é óbvio para eles. Aquilo com que eles trabalham eles não ligam ao que fazem na cozinha. E o que eu tenho reparado é que as pessoas que trabalham na cozinha acabam por fazer essa ligação melhor. Nós, no Mestrado em Ciências Gastronômicas, temos pessoas com muitas formações diferentes, temos pessoas que estudaram Química, que estudaram Engenharia Alimentar, que estudaram Nutrição e, às vezes, no começo eu pensava: "Esses vão ter mais facilidade com Química". E não é verdade, pois a abordagem que temos é muito ligada à prática e eles têm uma abordagem muito abstrata e, às vezes, têm dificuldades em ligar as coisas. E as pessoas que vêm da cozinha, e têm contato

com os problemas e com os processos, têm mais facilidade em perceber o que se passa e estabelecer as relações. Agora eu acho que, dessas atividades, pelo menos no princípio, tem que se partir de uma forma que dê para as pessoas perceberem. Portanto, é cozinhar um ovo e ver as diferenças no ovo, porque que as coisas que crescem embaixo da terra se começam a cozinhar com água fria e as que crescem em cima da terra, com água quente. É ver os processos, ver o que vai acontecer, portanto pegar em coisas práticas e tentar explicar coisas práticas. E foi isso que nós fizemos quando começamos o A Cozinha é um Laboratório. Nós não fazíamos nada de estranho, não fazíamos coisas complicadas, nem sequer essas novas técnicas, porque essas novas técnicas acabam por ser um espetáculo, mas não dizem muito às pessoas. Nós pegávamos, por exemplo, um arroz doce ou um creme de leite e íamos explicar porque eu não posso colocar açúcar no princípio no arroz doce, porque que eu cozinho desta forma, por que que, para fazer um tipo de coisa, eu uso um dado tipo de arroz e por que que para fazer outra eu uso outro tipo de arroz. Quais são as diferenças entre esses tipos de arroz? Portanto, eu acho que, se for assim, dá certo. Obviamente que, com isso, é preciso introduzir alguns conceitos. Eu vou ter que introduzir o conceito do que é uma proteína, mas também são coisas que as pessoas já ouviram falar muito. E tem que usar sempre uma linguagem que elas entendam. Às vezes, as pessoas de ciências têm tendência a usar uma linguagem muito técnica, que as outras pessoas não entendem. E é preciso transformar isso em algo que as pessoas entendam. Mesmo que não entendam tudo, que entendam algumas coisas. Até já me aconteceu com crianças, por exemplo, fazer pipocas e pô-las a ouvir o que está acontecendo, pensar naquilo. E depois, no fim, eles disserem: "Ah, agora eu já percebi o que é que acontece!". Então, eles conseguem, mesmo as crianças, transferir aquele conhecimento para outras coisas. E eu acho que devagarinho se consegue fazer isso. Agora, não se pode ser exigente, querer ensinar demais. E é sempre melhor partir da prática e daquilo que as pessoas conhecem.

R.V.: Professora Paulina, é notória e crescente a aparição de novos termos e correntes na gastronomia com o objetivo de inovar as preparações ou sua forma de apresentação. Qual sua opinião a respeito do fenômeno da "gourmetização" dos pratos? Isso aproxima ou mais atrapalha o interesse das pessoas por questões científicas que envolvem os alimentos?

P.M.: Isso é complicado de dizer. Acho que depende das pessoas. Para muitas pessoas, isso não tem muito significado, é uma coisa muito distante e acaba por ser um espetáculo. Agora, há outras pessoas que se interessam por saber o que que acontece. Vai depender um pouco do público para quem se está a falar. Eu acho que, com a generalidade do público, as coisas comuns, que elas fazem todos os dias, que conhecem, funcionam muito bem. Para outras, será apenas um espetáculo. E, quando nós estamos a fazer divulgação de ciência, não pode ser só espetáculo, tem que ser um "bocadinho" a mais do que isso. Mesmo que as pessoas não apreendam os conceitos que nós transmitimos, que elas percebam que a ciência desenvolveu o conhecimento que permite explicar aquilo, ou que permite desenvolver novas técnicas. Que elas percebam como funciona a ciência, o que fazem os cientistas. Todo esse tipo de coisa é importante elas perceberem.

Eu vou até falar de um caso, de umas ações, que primeiramente aconteceram na Suíça, direcionadas a meninas, para mostrar que elas também podiam ser cientistas, que não era uma coisa só de rapazes. E eu fui lá fazer umas seções para explicar o que faz um químico. E, para explicar o que faz um químico, as características de um químico, o que eu faço, normalmente, são várias atividades de cozinha. Por exemplo, começo com umas pipocas. Ponho-as a ouvir o que acontece, ver o milho no princípio, ver o produto no fim e tentamos pensar o que

aconteceu, o que ouviram, o que que viram, explicar isso e dizer que a curiosidade, procurar respostas, pensar nas coisas é uma característica de um cientista. E depois, o que é que nós fazemos? Vamos fazer um bolo de chocolate no micro-ondas, falar do papel do fermento. Portanto, já estamos a falar de uma reação química, mas isso é mais pro fim. Mas o que é que os químicos fazem? “Cientizam” coisas, transformam uns produtos em outros. Nós pegamos “aqui” a farinha, o açúcar e ovos, e vamos transformar em um bolo de chocolate. É isso que os químicos fazem, quando fazem uma reação química: misturam um conjunto de coisas e, no fim, não é aquele conjunto de coisas que eles têm, é uma coisa nova. Aquelas coisas se ligaram umas com as outras, interagiram umas com as outra, e isso é o que os químicos chamam de uma reação química, o que vai dar em uma coisa completamente diferente. Eles notam, então, que o cheiro é diferente, que a cor é diferente, a textura é diferente, portanto, dá a ideia do que é uma reação química. Porque um conceito que, para nós, é relativamente simples para a maior parte das pessoas não é. E, depois, eu pego um conjunto de pós brancos, quase todos que existem em uma cozinha, e vamos fazer uma análise desses pós brancos, em que eu projeto um esquema e eles vão concluir, de acordo com os resultados, qual é aquele pó branco que eles não sabiam antes. Assim, introduzo o conceito de análise. Portanto, com essas três experiências, eu explico “o que é que um químico pode fazer?”, “o que é uma síntese química?” e “o que são análises químicas?”, isso é uma imagem do que é o trabalho de um químico e eu acho que tem que ser uma coisa muito prática. Eles não vão saber muito sobre o que são reações químicas, mas ficam com uma ideia de como se faz uma análise, do que é que um químico faz, portanto, muitas vezes, nem são os conceitos que importam, é importante transmitir uma forma de trabalhar, uma forma de pensar, uma forma de abordar os problemas.

R.V.: Nós falamos muito sobre a Química, professora, mas a Gastronomia é uma área transdisciplinar, em que conhecimentos de bioquímica, microbiologia, matemática, história, sociologia, antropologia se transpassam. A história da alimentação confunde-se, portanto, com a própria história da humanidade, assim, o saber popular é, inquestionavelmente, um importante ponto a ser considerado quando falamos de comida e cozinha. Existe um lugar de interseção entre o saber científico e o saber popular? Como esses dois conhecimentos convivem e coexistem harmonicamente?

P.M.: Obviamente que todo esse conhecimento popular é um conhecimento empírico, que foi evoluindo por tentativa e erro, mas agora, com todo o conhecimento que temos dos ingredientes e da forma como se comportam, nós conseguimos explicar muitas das técnicas. E, quando eu lhe digo que começamos por coisas normais, que as pessoas fazem todos os dias, é justamente para fazer isso, partir do conhecimento delas, porque as pessoas aprenderam a fazer essas coisas por tentativa e erro, mas há razões para isso. Até com escolas primárias, com crianças pequenas, fizemos um trabalho que envolvia as áreas todas, por exemplo: nós pegávamos uma receita e, com uma receita, eles conseguem trabalhar muitas coisas, conseguem trabalhar com a matemática - “Tá aqui uma receita para quatro pessoas e eu quero fazer para oito, como é que nós vamos fazer essas medidas? Quais quantidades eu preciso?” -, estudar um bocado a história daquela receita, como é que aquela receita surgiu, a origem daquela receita, entrevistar as famílias sobre porque que fazem as coisas de determinada forma... Porque, muitas vezes, elas fazem e sabem o que acontece se fizerem, mas não sabem por quê. Portanto, a partir daí, podem ver o conhecimento popular - “Eles fazem desta forma, porque sabem que se não fizer, vai dar errado”. Vamos supor: Fazer pão! Por que que se usa água morna e não água a ferver? As pessoas sabem que, se usar água a ferver, o pão não cresce,

mas não sabem por quê. Então o caminho é explicar um pouco porque isso acontece. Portanto, é preparar uma entrevista com as famílias para trazer esse conhecimento, que nós vamos a partir desse conhecimento tentar dar uma explicação. Até já aconteceu em algumas escolas de nós fazermos isto e chegarem os pais no dia seguinte falando: "O meu filho disse que eu fazia isto por essa razão e aquela, é verdade o que ele está a dizer?". Portanto, acabava havendo uma transferência de conhecimento entre as gerações. As crianças traziam esse conhecimento das famílias, discutiam as coisas na escola e, depois, iam explicar aos pais porque eles faziam assim. E toda essa interação entre gerações é importante também. Por fim, podem até trabalhar a arte, decorando a mesa, fazer os menus, escrever os menus. Aí, trabalham a escrita, a matemática, trabalham uma investigação sobre a história daquela receita e do seu contexto, podem investigar sobre alguns dos produtos, sua origem. Assim, só trabalhando uma receita e um prato, fazendo e servindo, conseguem apanhar um vasto conjunto de disciplinas.

R.V.: E os mitos, professora? A gente sabe que existem vários deles no âmbito da alimentação, a exemplo do "selar a carne". Como lidar com eles? A senhora poderia citar algum bastante conhecido no contexto da cozinha?

P.M.: Eu acho que uma das coisas mais difíceis é quando as pessoas tem ideias pré-concebidas e mudar-lhes a forma de pensar, mostrar-lhes que aquilo não está certo, que as coisas, de fato, não funcionam daquela forma. E o "selar a carne" é uma dessas ideias. Eu acho que a forma de lidar com isso é fazer uma experiência bem-feita, bem pensada, porque outra dificuldade que as pessoas têm é fazer experiências bem-feitas, porque querem mudar três ou quatro fatores de uma vez e, no final, não tiram conclusão nenhuma. Portanto, é pensar como planejar uma experiência para ver isso. Tem-se que procurar informação fundamentada. Eu vou dizer uma das coisas em termos de mitos que é aquela de afirmar que tudo que tem aditivos é mal, ou aquela ideia terrível que as pessoas têm de que tudo que é natural é bom. Porque é muito difícil definir o que é natural ou não é. Uma batata frita é natural? Não, é processada. Um vinho é natural? Não é, é uma coisa altamente processada. Um pão... Mas aquilo que é familiar para as pessoas, elas consideram natural e aquelas coisas que tiverem um nome estranho... - tem até um escritor famoso que diz: "Se sua avó não conhecer o nome, não coma". E não pode ser assim, o nome não diz nada sobre as coisas. Portanto, esse mito do que é natural é bom é extremamente perigoso, porque, muitas vezes, as pessoas vão tomar chás, vão tomar coisas. E essa avaliação não pode ser feita assim, exige mais conhecimento. Então, é o caso de buscar conhecimento ou, até mesmo, fazer experiências bem planejadas. Mas é muito difícil. Então esse mito terrível que as pessoas têm do que é natural é bom, não é bom nem mal, assim como o que é sintético não é bom nem mal, depende, cada caso é um caso e é isso que eu costumo dizer aos meus alunos.

Os venenos mais potentes a gente encontra na natureza, não é? Ah, mas pode comer umas ervinhas e certeza que não lhe faz mal. Não, não é assim! Pode lhe fazer mal, pode matar inclusive. Porque as plantas tem que se defender dos predadores e precisam de compostos para se defender, não é? E, portanto, acho que esse é um mito muito terrível e vai ser muito difícil lutar contra ele.

Há muito trabalho a fazer, porque, cada vez mais, nessa era das redes sociais, qualquer um diz qualquer coisa e as pessoas acreditam naquilo e, depois, é muito difícil lutar contra aquelas ideias pré-concebidas. E as pessoas acreditam que, se aparece escrito de forma imprensa, é verdade. Eu, muitas vezes, tinha uma experiência com meus alunos em que eu mesma escrevia

os protocolos das práticas, depois fui vendo com o tempo que as coisas funcionavam melhor se fizessemos de outra forma. E, no início da aula, eu dizia: "Isso aqui não façam assim, façam de outra forma". E eles falavam: "Tem certeza? Eles dizem pra fazer assim". E eu rebatia: "Olha lá o nome que tá na capa. O nome que tá na capa é o meu, fui eu que escrevi isso". Mas aquilo estava escrito em uma coisa impressa e eles achavam que valia mais do que o que eu dizia, quando tinha sido eu que tinha escrito.

R.V.: Contextualizando o mito do "selar a carne", professora... a senhora me corrige se eu estiver errado. Na tentativa de deixar a carne mais suculenta, a gente faz o processo que chamam de "selamento", o que supostamente criaria uma crosta na carne e evitaria a perda de líquidos. Só que, na verdade, a alta temperatura provoca a desnaturação proteica, o que tira da proteína a capacidade de reter esses líquidos e, conseqüentemente, vai perder mais água. Então, qual seria a forma correta de fazer ou explicar como deixar a carne suculenta?

P.M.: Assim... a forma como se faz um bife está certa! O que não está certo é a explicação que se dá, porque essa desnaturação ocorre acima de determinada temperatura. Há duas coisas que nós queremos: queremos deixar a carne suculenta e queremos deixar a carne saborosa. Para que a carne fique saborosa, nós queremos que ocorram as Reações de Maillard⁶ e essas reações precisam de temperaturas muito altas e é o que acontece quando a carne fica castanha por fora, que fica mais saborosa. Ora, se eu cozinhar a carne em temperatura baixa, ela vai perder água e aquela água não evapora e a carne vai cozinhar naquela água e nunca vão acontecer as Reações de Maillard. Portanto, a gente tem que ter cuidado com duas coisas: aquela temperatura no exterior tem que ser alta para as Reações de Maillard ocorrerem, mas eu não posso deixar muito tempo para as proteínas, no interior da carne, não chegarem a uma temperatura muito alta e, portanto, não secarem demais, não perderem água demais. Esta é a explicação certa, ou seja, a forma como se faz está certa, o que não se pode dizer é que aquilo faz uma camada que não deixa a água sair. Nós a vimos sair, a vimos evaporar, vimos que, quando colocamos o bife ali, ele vai perder água. Vimos que, mesmo em uma temperatura muito alta, se deixarmos muito tempo, ele fica seco. Portanto a explicação é que não está certa, o modo de fazer está.

R.V.: Em dado momento, a senhora pontuou sobre a questão da atuação feminina tanto na Química como na Gastronomia. Infelizmente, sempre foi e continua sendo muito comum o preconceito com mulheres que atuam à frente das mais diversas áreas, a exemplo da ciência e da pesquisa científica. Embora as mulheres tenham sido relegadas, por muito tempo, a afazeres domésticos, quando a cozinha se torna um espaço de destaque e valorização comercial, elas passam a ser subjugadas, mais uma vez, pelos homens. A senhora enfrentou muitos desafios nesse sentido? Como pesquisadora, cientista e doutora com grande influência nessas duas áreas, o que a senhora diria a jovens que, cada dia mais,

⁶ Reações de Maillard: conjunto de reações químicas que ocorrem por meio da interação de carboidratos (mais especificamente, açúcares redutores) e proteínas (através do grupo amino) quando da submissão de determinados alimentos a altas temperaturas. É desejável a algumas preparações, sobretudo às carnes, por lhes conferir sabor, aroma e cor característicos. Essa cor pode variar, portanto, de marrom-claro a preto (indesejável/nível de carbonização), devido à produção de melanoidinas.

se qualificam e se destacam não somente na cozinha, mas nos outros campos da Gastronomia?

P.M.: Eu não sei se chegou ao Brasil a notícia de que a presidente da Comissão Europeia foi à uma reunião na Turquia com outra pessoa também da Comissão e, quando chegou lá, o presidente turco tinha cadeira para ele e para o outro, mas não havia nenhuma cadeira para ela, que era hierarquicamente superior. Portanto, ela teve que ficar em um sofá lateral e, por isso, tem-se falado muito aqui na Europa sobre a discriminação com as mulheres, que muitas vezes não se fala, mas que existe. Existe e é inevitável, é uma coisa que temos que lidar, mas eu acho que o perigo está em as pessoas dizerem que já não existe ou que já não acontece, porque existe obviamente. Nas cozinhas existe muito, e as desculpas que dão não tem força. Alguns homens tem menos força que mulheres, algumas mulheres são mais organizadas, outras não. As coisas mudam quando começamos a falar de pessoas, em vez de estarmos a falar se é homem ou se é mulher. Agora, eu acho que mais difícil do que ser mulher é o tema, porque a cozinha nunca foi vista como uma coisa relacionada com a ciência e, mesmo que a gente entenda que tem uma base científica muito importante, em termos históricos, da antropologia, da nutrição, é tudo visto como muito fútil e tudo visto como uma coisa que não é uma ciência séria. Eu acho que isso é o pior. Chegaram a me dizer, uma pessoa do meu departamento, que não gostavam de ver o nome associado a um mousse de chocolate. Então, eu acho que, mais do que ser homem ou mulher, nesse caso temos que ultrapassar outra coisa: o tema que nunca foi visto como um tema de ciência, que foi sempre visto como uma coisa menor.

É verdade que a cozinha acaba sendo um mundo mais de homens e é verdade que, quando aparecemos, não somos bem aceitas. Eu vi, uma vez, ao entrar para fazer uma palestra, alguns cozinheiros levantarem da cadeira e se retirarem. Eu vi, mas pouca diferença me fez, porque eu estava ali para dizer aquilo, eu não estava ali para competir com eles, eu não vou trabalhar na área deles e não vou fazer cozinha nunca, isso eu faço na minha casa. Agora, no fim de alguns anos acabam por aceitar, acabam por ficar amigos, acabam por vir fazer perguntas, mas demora um tempo. Eu acho que é preciso, também, ter alguma resistência, não ficar ofendida, é humano que estas coisas aconteçam. Eu sei de um grande cozinheiro que, uma vez, foi dizer para uma pessoa que eu conheço: "Eu não gosto dela, porque ela chegou agora e acha que sabe tudo". Eu não sei nada, eu não sei organizar um restaurante, eu não sei nada disso, ele é que sabe. Sabemos coisas diferente. Agora, ele não pode partir do princípio que eu tenho que ficar calada porque eu estou a falar de comida, não é a última palavra em termos de comida. Agora, nós temos que perceber que estas coisas são humanas, não ficarmos ofendidas com isso e tentarmos, de alguma forma, valorizar o conhecimento deles. Eu sei que eles não estão a dizer as coisas bem, mas eu não vou corrigi-los em público. Tem que se ter cuidado com o que se faz, pensar que são coisas humanas e que são erros com os quais nós temos que lidar e que, às vezes, é melhor pensar no resultado final do que se preocupar em corrigir as pessoas e criar má vontade. Então, é importante pensar na forma de atuar e ter a consciência de que as coisas são difíceis e de que, neste caso, ser homem ou mulher não é o maior problema: o problema maior é o tema.

R.V.: Então, quais são os desafios para que a Gastronomia e a cozinha sejam compreendidas como espaço de pesquisa e desenvolvimento científico? Qual a sua visão sobre a Gastronomia há cinco anos e qual projeção faz para os próximos cinco?

P.M.: Como há esta visão de que ciência e cozinha são coisas muito diferentes e que a ciência associada à cozinha é uma coisa mais fútil, é difícil arranjar financiamento e pode ser difícil publicar, porque é uma abordagem diferente. Portanto, não há ciência sem publicação e sem dinheiro, e esse pode ser um dos maiores desafios. Depois, é motivar, também, as pessoas de cozinha de que esse é um trabalho em comum, a cozinha e a ciência. Porque, muitas vezes, eu tenho tido até experiências com alguns alunos de mestrado que podem ir para a cozinha, coisa que não funciona, porque eles (os cozinheiros) não valorizam, não dão apoio nenhum, ou deixam-nos ali porque eles também não percebem muito bem. Portanto, acho que é um longo caminho a percorrer, que ainda vai haver muitas décadas pela frente, porque não podemos esperar que as coisas funcionem bem desde o início, mas, se não fizermos trabalho nenhum, nunca vão funcionar. Acho que, neste momento, está melhor do que há alguns anos, as coisas estão evoluindo, lentamente, mas estão. Agora, começa-se a ouvir falar sobre essas coisas, começa-se a haver algum interesse. Por exemplo, a Espanha e a Inglaterra, quando houve o boom das novas técnicas, muitas universidades se interessaram. Passou a ser moda, passou a ser tudo muito natural. Portanto, é importante mentalizar nas pessoas que tudo envolve ciência, por isso que é bom, às vezes, até começar pelas técnicas ancestrais, porque se começa pelas novas técnicas as pessoas associam a ciência a uma coisa estranha e elas tem que associar a ciência ao cotidiano delas, aquilo que fazem todos os dias.

R.V.: Finalizo perguntando sobre a importância do investimento em pesquisa na área de Gastronomia, a exemplo do Curso de Mestrado Acadêmico em Gastronomia da Universidade Federal do Ceará, o primeiro do Brasil.

P.M.: Eu vou lhe dizer que, no nosso Curso de Mestrado em Ciências Gastronômicas aqui da Universidade Nova de Lisboa, nós temos mais alunos brasileiros do que portugueses. O que eu noto é que os estudantes que têm vindo do Brasil valorizam muito esse tipo de conhecimento mais profundo e procuram-no, valorizam-no muito, até pelo número de pessoas que se candidataram ao mestrado aí da Universidade Federal do Ceará, porque lhes dão ferramentas para fazerem coisas diferentes. Com a pandemia, sem as aulas presenciais e com os encontros permanentes com pessoas que não vivem aqui, uma coisa que eu fiz muito foi falar com ex-alunos aqui do curso e perguntar o que é que aquilo tinha contribuído na carreira profissional deles. Houve muitos que começaram a fazer aqui um trabalho e dizem que foi o conhecimento que adquiriram, que foi aprender a pensar nas coisas de uma forma diferente que lhes permitiu desenvolver alguns negócios depois do curso. E alguns deles são brasileiros, portanto, eu acho que ficou até bem evidente que este conhecimento científico lhes permite abordar os assuntos com uma base diferente, mais racional, fazendo um desenvolvimento mais sustentável pelo conhecimento em vez de ser ao acaso.

30 de abril de 2021.

Toda nação tem seu prato: identidade nacional, ativismo político e comida negra na América do século XX

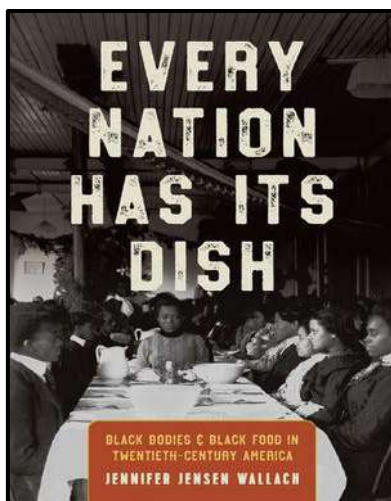
Every nation has its dish: black bodies & black food in twentieth-century America

Cada nación tiene su plato: identidad nacional, activismo político y comida negra en los Estados Unidos del siglo XX

Ewerton Reubens Coelho-Costa | ewertonreubens@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8366-1386>

Universidade Estadual do Ceará (UECE), Fortaleza, CE, Brasil.



WALLACH, J. J. **Every Nation Has Its Dish: Black Bodies & Black Food in Twentieth-Century America**. University of North Carolina Press, 2019.



Recebimento da resenha: 25-fevereiro-2021

Aceite: 13-outubro-2021

COELHO-COSTA, E. R. Toda nação tem seu prato: identidade nacional, ativismo político e comida negra na América do século XX. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 194-246, dez. 2021.

O movimento Black Power das décadas de 1960 e 1970 foi o responsável por popularizar o termo “*Soul Food*” (WITT, 1999) que, se traduzido literalmente para o português, significa “comida da alma”. Mas, sabe-se que o significado do termo vai além.

A autobiografia de Malcolm X, publicada em 1965, é um dos primeiros escritos onde o termo *soul food* é encontrado (ROUSE, 2004). Mas, foi a publicação do artigo “*Soul Food*”, escrito por Amiri Baraka (nascido Everet LeRoi Jones), a responsável por determinar que o termo se refere a esse tipo de culinária como parte da identidade negra norte-americana.

Embora a existência de restaurantes de comida *soul*, geralmente propriedades de negros, acabassem se tornando pontos de encontro nas vizinhanças norte-americanas para que as pessoas negras comessem juntas e socializassem (POE, 1999), foi período de escravidão o responsável pelas origens das receitas consideradas *soul food*, já que as práticas alimentares africanas (principalmente da África Ocidental) e europeias (principalmente britânicas) foram adaptadas ao ambiente da região (MILLER, 2005).

A grande maioria dos alimentos essenciais à culinária *soul* originam-se das rações limitadas que os escravos negros recebiam de seus donos e senhores. A esse respeito, Covey e Eismach (2009) descrevem que os escravos recebiam de 3 a 4 libras de porco por semana (aproximadamente entre 1,300kg e 1,800kg) e um pouco de fubá de milho, por exemplo.

Dessas rações surgiram, por exemplo, a proliferação do tradicional *Cornbread* (pão de milho), que também tem vínculo com os nativos americanos, e preparações como pescozos cozidos, costela grelhada, bagre frito, *chitterlings* – um cozido preparado com os intestinos do porco. E, para surpresa de muitos pesquisadores, foi observado que os escravos africanos eram os principais comedores de verduras cozidas (couve, beterraba, dente-de-leão e beldroegas) e muita batata-doce em considerável parte da história dos Estados Unidos (BOWER, 2008; CHAMBERS, WATSON, 2012).

Para sobreviverem aos longos dias de trabalho nos campos, os negros escravizados necessitavam comer grandes quantidades de comida que não estragassem fácil. Fato que levou ao surgimento de técnicas bastantes usadas no preparo da *soul food* tradicional, como: fritar muito bem os alimentos, empanar peixes e carne com fubá, misturar vegetais com carne – sendo a carne de porco com couve um exemplo clássico (BOWER, 2008). A medida em que os donos de escravos davam privilégios especiais aos negros com habilidades culinárias, observa-se a eventualidade do estilo da comida *soul* sendo adotado de forma ampla na cultura sulista norte-americana.

No Sul norte-americano, os pobres, tanto negros quanto brancos, se valiam da tradição da comida *soul* para cozinhar. Consumir todas as partes de um animal, fritar muito bem as carnes são características bastante presentes na culinária *soul*, mas que também são compartilhadas por culturas antigas como a egípcia, a chinesa e a romana.

Deve-se a chefs de *cuisine* da Casa Branca a propagação da comida *soul* no Norte (FLOREAK, 2017). Embora seja fato que muitos dos presidentes norte-americanos dispunham de chefs de *cuisine* que dominassem a culinária francesa, eles também buscavam alguns chefs negros, por conta de suas origens e técnicas crioulas: Benjamin Harrison, o 23º presidente dos Estados Unidos, e a ex-primeira-dama Caroline Harrison, entretanto, demitiram sua equipe afiada em cozinha francesa para contratar uma mulher negra chamada Dolly Johnson com exímios dotes culinários (MILLER, 2014).

O vínculo do presidente Lyndon B. Johnson e Zephyr Wright, a cozinheira do presidente, se tornou tão notório que a influência da relação dela com o presidente Johnson influenciou diretamente nas lutas pelos direitos civis, visto que ela mesma já havia recebido tratamento racista e segregador por parte da população. A amizade entre eles era tão sincera ao ponto de o presidente fazer sempre questão que Wright estivesse presente durante a assinatura de várias leis de direitos civis (FLOREAK, 2017).

Franklin Delano Roosevelt, durante a eleição de 1936, teve a ajuda de uma cozinheira e ex-empregada doméstica, Lizzie McDuffie, que ajudou a torná-lo o presidente mais representativo para os eleitores negros. Negros na cozinha e com consciência política ajudaram a influenciar os rumos de outros políticos americanos como Ronald Reagan e John F. Kennedy (MILLER, 2014).

É partindo desse contexto que a obra *“Every Nation Has Its Dish: Black Bodies & Black Food in Twentieth-Century America”* (2019), de Jennifer Jesen Wallach, publicada em inglês e ainda sem tradução no Brasil, assume grande importância na medida em que revela os caminhos percorridos pela comida *soul* ao longo da história norte-americana, relacionando corpos negros e o consumo de comida negra como meio de inclusão e distanciamento nacional.

Para além da necessidade humana de alimentar o corpo, Wallach apresenta as valências políticas e pessoais para os afro-americanos no longo século XX. Transformando a obra em um trabalho persuasivo que analisa e decodifica práticas, escolhas e hábitos alimentares, revela as maneiras como os indivíduos e grupos constroem, destroem e reformam identidades sociais, políticas e culturais.

Jennifer Jensen Wallach é professora associada de história da Universidade do Norte do Texas (Denton, TX), onde ensina história afro-americana e história da alimentação nos Estados Unidos. Ela é autora de obras de sucesso como *“Dethroning the Deceitful Pork Chop”* (2015), *“How America Eats: A Social History of U.S. Food and Culture”* (2013) e coeditora de *“American Appetites: A Documentary Reader”* (2014).

Wallach apresenta a história da culinária afro-americana e revela como o processo de escolha do que comer, e de como comer, é fundamental no projeto de encontrar o lugar de alguém como indivíduo, como afro-americano e como cidadão, expressos ao longo de sete capítulos bastante representativos, como se observa a seguir: *Introduction* (p. 1-22); *1 Creating the Foodways of Uplift* (p. 23-48); *2 Booker T. Washington’s Multifaceted Program for Food Reform at the Tuskegee Institute* (p. 49-70); *3 W. E. B. Du Bois, Respectable Child-Rearing, and the Representative Black Body* (p. 71-96); *4 Regionalism, Social Class, and Elite Perceptions of Working-Class Foodways during the Era of the Great Migration* (p. 97-122); *5 World War I, the Great Depression, and the Changing Symbolic Value of Black Food Traditions* (p. 123-144); *6 The Civil Rights Movement and the Ascendancy of the Idea of a Racial Style of Eating* (p. 145-172); *7 Culinary Nationalism beyond Soul Food* (p. 173-194); *Conclusion* (p. 195-198).

O texto analisa cuidadosamente as ideias e experiências de ativistas afro-americanos de gerações diferentes, entre os quais Booker T. Washington, W. E. Du Bois, Mary Church Terrell, Elijah Muhammad e Dick Gregory. Mesmo compreendendo as diferenças nas abordagens de cada um deles, todos cultivaram hábitos alimentares “adequados” para a dimensão do seu trabalho, de suas concepções e pertencimento nacional e racial. Há aqui uma sutileza em mostrar a literalidade do sustento entre raça, comida e intelectualidade.

O primeiro capítulo contextualiza sobre as práticas materiais e filosóficas da comida com o ativismo do movimento negro, enquadrando a identidade negra também como prática corporal. Fica explícita a existência de rituais e performances de preparação em tudo o que os comensais comem, tudo fora pensando, desde o consumo até a digestão dos alimentos.

A comida negra, dita *soul*, passa a ser fundamentada na obra a partir de literatura, documentos e informações veiculada na Era Progressista (final do século XIX, de 1870 a 1900) – principalmente partindo da ótica dos direitos civis.

Surgida como uma forma de inclusão social para aplacar o distanciamento nacional, a comida *soul* reivindica a ingestão simbólica da identidade nacional, não apenas como ato físico, e faz do misto entre ativismo e consumo uma maneira útil para discutir identidade, inclusão, sociabilidades, cultura e saúde (comunitária e individual).

O segundo e terceiro capítulos lançam luz sobre como os afro-americanos sofriam também pela desnutrição, antes e depois da emancipação: fosse pelos antecedentes terríveis da escravidão histórica ou pelas manipulações econômicas que sustentavam a supremacia branca. À medida em que as Leis de Jim Crow (conhecidas leis estaduais e locais que segregavam racialmente nos Estados Unidos, promulgadas no final do século XIX e início do século XX, pelas legislaturas dos Democratas após o período da Reconstrução) endureciam as linhas raciais norte-americanas, permitia-se que os afro-americanos que vivenciavam a classe média entendessem a comida como marcador do progresso social que conseguiram – mesmo contra todas as probabilidades.

Usando o resgate histórico da comida *soul*, Wallach analisa as ideologias propostas por Mary Church Terrell (ainda no primeiro capítulo), Booker T. Washington e W. Bo Du Bois (no segundo e terceiro capítulos), reformistas da comida negra americana que enxergavam também o preparo e consumo de alimentos como uma maneira de trabalhar aspectos de cidadania.

Wallach revela a elite dos afro-americanos evitando alimentos tradicionais da culinária *soul*, como o pão de milho e a carne de porco salgada, preferindo antes a carne bovina e o pão de trigo; destacando inclusive a existência de alguns negros que eram a favor da “comida branca” e rejeitavam os métodos culinários negros ancestrais. Os reformadores da comida *soul* insistiam com que outros não apenas buscassem a inclusão da comida *soul* tão somente agindo respeitosamente, mas lutavam por uma ingestão respeitável que elevasse o legado da comunidade negra.

Compreende-se então que Booker T. Washington defendia a ideia de comer melhor ao ponto de orientar sobre uma economia agrícola negra autossustentável – prevendo a possibilidade de não haver a inclusão social desejada. Isso torna-se evidente e justifica o tratamento dado por Wallach nas observações sobre as correspondências trocadas entre Du Bois e os outros pesquisados e nas análises que ela faz sobre o currículo do Instituto Tuskegee de Washington.

Os capítulos do quarto ao sétimo vão destilar como temas direcionados para status, classe e identidade regional ofuscaram o objetivo da inclusão social pensada pelos reformadores da comida *soul*. Aqui começa uma viagem na leitura que permite o leitor descobrir uma época ríspida e conflituosa e a conhecer mais sobre o que estava por trás da Grande Migração. É onde se sustenta o debate entre comida do Sul e comida negra, fundamental para manter intactas as tradições culinárias do Sul norte-americano até que os

reformadores da comida negra usassem do regionalismo para investir numa reforma da dieta soul.

Nota-se a importância da publicação de *The Brownies Book*, editado por Du Bois: a primeira revista destinada para crianças e jovens afro-americanos a partir das preocupações de Du Bois adquiridas com episódios de linchamento e violência e seus efeitos em crianças negras. Com conteúdo que incluía desde poesias, fotografias, jogos, a revista ainda apresentava histórias reais que tratavam das conquistas negras. Du Bois apresentava, na revista, a realidade social para as crianças na tentativa de ensiná-las sobre sua identidade, normalizar a beleza de sua cor e de fazê-las entender que poderiam ser negros de sucesso, diferentemente do que a publicidade para crianças brancas lhes fazia acreditar.

A dieta *soul* também seria explorada em matérias da revista, e já começaria pelo próprio nome da publicação: intitulada a partir de criaturas folclóricas, os *brownies*, que executavam trabalhos domésticos durante a noite em troca de comida (KORY, 2001). Vê-se aí uma clara alusão entre folclore e o contexto opressor do negro, especialmente aqueles escravizados, e a tentativa de Du Bois de usar regionalismo para educar e orientar a comunidade negras desde a infância.

Justamente por não se ater cuidadosamente com as análises do uso de regionalismos como ferramenta para entender o “outro”, Wallach peca: ela foca demasiadamente no discurso regional de Du Bois para fundamentar os seus objetivos e as suas análises acabam não sendo suficientes para exemplificar claramente a diferenciação da comunidade negra sulista pelo discurso. No entanto, isso traz à tona tensões que despertavam entre as comunidades negras que misturam hábitos alimentares com ideias sobre regionalismo.

De tal maneira, a partir disso, identificam-se disputas entre a comunidade negra que acabam resultando em elementos que ajudaram no desenvolvimento da identidade negra nacional americana, facilitando o entendimento da cultura negra e caminhando para a aceitação da existência de uma dieta negra.

O quinto capítulo, especificamente, contextualiza sobre os períodos da Primeira Guerra Mundial e da Grande Depressão, evidenciando a mudança do valor simbólico das tradições alimentares negras. Wallach esclarece como os reformadores da comida negra usaram deliberadamente o racionamento de comida durante a Primeira Guerra Mundial como estratégia para valorizar sua identidade nacional. Como exemplo Wallach relata a sua própria experiência de busca pela magreza, unindo-a com o pensamento de Du Bois.

Ironicamente, as atitudes tomadas quanto as restrições alimentares na Primeira Guerra Mundial, por um lado, frustraram os reformadores da comida: apesar de a escassez alimentar ter permitido que os reformadores de alimentos negros obtivessem sucesso com símbolos de aceitação do nacional, eles acabaram “destruindo” seus corpos nessa finalidade. Wallach explica que, ao realizarem intencionalmente esse ato nacional de racionamento, eles esperavam inclusão nacional.

Os afro-americanos pobres nunca tiveram uma dieta luxuosa à sua disposição, isso fica evidenciado no sexto capítulo. Mas, eles ficaram orgulhosos e ganharam ânimo quando a sua comida se tornou emblema de patriotismo, mesmo que sua posição social continuasse em baixa. Até o governo, àquela época, incitava os americanos a comerem mais carne de porco e milho – embora o objetivo real fosse a tentativa de que, com essa ação, conseguirem destinar trigo e carne vermelha para os soldados enviados para a guerra. O panorama, então, havia

mudado: a culinária do Sul, antes vista com “vergonha para muitos membros da classe média negra, de repente se tornou respeitável” (p.164).

Após a Segunda Guerra Mundial notava-se a popularidade da carne de porco, do milho e de outros elementos da comida *soul*; e, a população já compreendia que os alimentos da culinária do Sul estavam ligados com a ascensão do nacionalismo negro, com as lutas em prol de seus direitos civis.

Finalmente, a obra conclui com uma análise meticulosa do relacionamento da América com a comida *soul*, com Wallach documentando efetivamente a ascensão da comida *soul* elucidando, inclusive, sobre as influências religiosas nela – como a contribuição da Nação do Islã – e o impacto social desse contexto.

Notadamente se ressalta que, a ascensão da comida *soul* não ocorreu sem conflitos dentro e fora da comunidade negra: os nacionalistas negros acreditavam que era fundamental recuperar a formação da nação negra. Ao passo que outros membros da mesma comunidade - como a Nação do Islã - sustentavam que a comida *soul* era outro meio de macular os corpos negros.

Esse é um ponto de complexidade na obra que poderia ser mais detalhado e explorado, principalmente quando se sabe que dentro do Islã americano a *soul food* acabava implicando no papel das mulheres na contaminação dos corpos negros (intelectual, físico e espiritual). Inclusive, isso é tratado em teoria como uma oposição binária entre masculino e feminino, privado e público (WIIT, 1999), sagrado e profano (RUBIN, 1975), na qual o patriarcado deveria ser instância e haveria, portanto, contestações e competições entre mulheres e homens severas. Talvez, por isso, surgiram muitos adeptos do vegetarianismo e veganismo na medida em que a Nação do Islã orientava para evitar a *soul food*.

Na obra, Wallach abordou uma lacuna literária ao conectar nacionalismos americano, política racial e ingestão de alimentos, não focando apenas em ativismo político. Acrescentou à definição de nacionalismo às práticas incorporadas e também a um ato político, o comer, como uma perspectiva que continua necessitando ser cada vez mais aprofundada por outros estudos da alimentação, de maneira geral e não apenas sobre comida afro-americana.

As ideias de Wallach podem ser perfeitamente inseridas e bem-sucedidas em discussões atuais sobre nacionalismo e imigração para personificar inclusão da identidade nacional americana e o consumo de comida negra.

Embora a obra não seja dirigida para um leitor casual, é um texto bem escrito, coerente e que pode interessar a qualquer leitor e a pesquisadores das ciências sociais, política, antropologia, gastronomia, nutrição, gestores de movimentos sociais (neste caso em especial, o uso da cronologia feito por Wallach é bastante útil para situar o leitor no contexto histórico das reivindicações do movimento negro) e demais curiosos pela temática.

Com o final da leitura tem-se uma visão clara de como a *soul food* tornou-se a cozinha tradicional dos afro-americanos nos Estados Unidos, e como ela sustentou a cultura negra durante a Grande Migração, do Sul para o Norte, no século XX, evocando sentimentos identitário para, então, se manter como uma culinária significativa para a história da nação americana.

A contribuição da *soul food* no mundo gastronômico, para além de marcar a presença de uma cozinha negra norte-americana, é crucial para registrar não apenas saberes e fazeres

ancestrais, mas também por possibilitar análises sobre facetas conflituosas da sociedade na medida em que se mistura, nesse caldeirão social em ebulição, ingredientes como classe, raça, distinção de gênero e atrela-los ao ativismo dos direitos civis, à resistência, ao gênio culinário, à criatividade da mulher negra-americana e, principalmente, à sobrevivência, às questões de identidade, de pertencimento e aceitação. É uma possibilidade de rico debate sobre como a promoção de uma consciência negra fez evoluir uma cozinha social, politicamente construída, não apenas vinculadas às necessidades e privações, mas sobretudo ao uso de uma culinária que acabou transformando corpos e mentes.

Mais importante é ressaltar que a comida *soul* não ficou restrita aos negros, ela conquistou espaço para além das mesas sulistas: extrapolou a ideia do triunfo culinário, na medida em que se percebe a evolução de uma cozinha – associada as privações, às cabanas de escravos, a alimentos humildes – que se transformou, conquistou espaço de destaque chegando à mesa de presidenciáveis, de ilustres, tornou-se moda e atingiu as altas classes. Tudo isso ressaltando e ostentando, hoje com orgulho, a bagagem cultural e emocional dos afro-americanos.

REFERÊNCIAS

BOWER, A. L. (Ed.). **African American foodways: Explorations of history and culture**. University of Illinois Press, 2008.

CHAMBERS, D. B.; WATSON, K (eds.). **The Past Is Not Dead: Essays from the "Southern Quarterly"**. Jackson, Mississippi: University Press of Mississippi. 2012.

COVEY, H. C.; EISNACH, D. **What the slaves ate: Recollections of African American foods and foodways from the slave narratives**. California: ABC-CLIO, 2009.

FLOREAK, M. **The African-Americans in the White House kitchen**. The Boston Globe. Disponível desde 13/02/2017, em: < <http://abre.ai/bqM4> >. Acesso 02/03/2020.

KORY, F. **Once upon a time in Aframaerica: The "peculiar" significance of fairies in the Brownies' Book**". In Lennox Keyser, Elizabeth; Pfeiffer, Julie (eds.). Children's Literature. Twayne's United States authors series. 29. Yale University Press. 2001. p. 91–112.

MILLER, A. **African American cooks in the White House: Hiding in plain sight**. The Washington Post. Disponível desde 03/06/2014, em: < <http://abre.ai/bqEC> >. Acesso em 05/06/2020.

MILLER, A. **An Illustrated History of Soul Food**. Disponível desde 25/08/2005, em: < <https://firstwefeast.com/eat/2015/08/an-illustrated-history-of-soul-food> >. Acesso em 02/03/2020.

POE, T. N. The origins of soul food in black urban identity: Chicago, 1915-1947. **American Studies International**, v. 37, n. 1, p. 4-33, 1999.

ROUSE, C. M. **Engaged Surrender: African American Women and Islam**. Berkeley and Los Angeles, CA, London, England: University of California Press. 2004.

RUBIN, G. **The Traffic in Women: Notes on the Political Economy of Sex**. In: REITER, R. (ed.) *Toward an Anthropology of Women*. New York: Monthly Review, p. 157-210, 1975.

WALLACH, J. J. **Dethroning the Deceitful Pork Chop: Food Reform at the Tuskegee Institute.** Dethroning the Deceitful Pork Chop: Rethinking African American Foodways from Slavery to Obama, p. 165-179, 2015.

WALLACH, J. J. **Every Nation Has Its Dish: Black Bodies & Black Food in Twentieth-Century America.** University of North Carolina Press, 2019. 264 p. ISBN-13: 978-1469645216

WALLACH, J. J. **How America eats: A social history of US food and culture.** Rowman & Littlefield, 2013.

WALLACH, J. J. SWINDALL, L. R. (Ed.). **American Appetites: A Documentary Reader.** University of Arkansas Press, 2014.

WITT, D. **Black Hunger: Food and the Politics of U.S. Identity.** Oxford: Oxford University Press.1999.