

UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

CLÁUDIA FORTES CARVALHO

**CHEFE DE COZINHA: REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS E ALUNOS DE
CURSOS DE FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA**

Rio de Janeiro
2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

CLÁUDIA FORTES CARVALHO

**CHEFE DE COZINHA: REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS E ALUNOS DE
CURSOS DE FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA**

Dissertação apresentada à Universidade
Estácio de Sá como requisito parcial para a
obtenção do grau de Mestre em Educação.

Orientador: Prof. Dr. Tarso Mazzotti

Rio de Janeiro
2009

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C331

Carvalho, Claudia Fortes.

Chefe de cozinha: representações de candidatos e alunos de cursos de formação em gastronomia. / Cláudia Fortes Carvalho. – Rio de Janeiro, 2009.

109 f.;

Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estácio de Sá, 2009.

Bibliografia: f. 100-102.

1. Representações Sociais. 2. Gastronomia – Estudo e ensino.
. I. Título.

CDD: 372.37

CLÁUDIA FORTES CARVALHO

**CHEFE DE COZINHA: REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS E ALUNOS DE
CURSOS DE FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA**

Dissertação apresentada à Universidade
Estácio de Sá como requisito parcial para a
obtenção do grau de Mestre em Educação.

Aprovada em 22 de Abril de 2009.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Tarso Bonilha Mazzotti
Universidade Estácio de Sá

Prof^ª. Dr.^a. Mônica Rabello
Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr.. Denis Giovani Monteiro Naiff
Universidade Federal Rural do Estado do Rio de Janeiro

RESUMO

Os objetivos do presente trabalho foram conhecer a representação de "chefe de cozinha" e a origem das informações usadas para constituí-la, a partir de uma hipótese – não confirmada – de que tais informes são, na sua maior parte, oriundos das mídias de massa e do senso comum. Para tanto, focaliza as articulações que se estabelecem entre as representações sociais (MOSCOVICI, 2003; JODELET, 1995) e as metáforas e metonímias – essas atuando nos processos de ancoragem e objetivação como modelos discursivos indicadores dos predicados do objeto e constituintes de categorias (MAZZOTTI, 1995) – simultaneamente acolhendo as unidades de sentido e revelando os elementos formadores da representação, sobretudo os do seu núcleo figurativo. Neste estudo, essas figuras de linguagem foram tomadas como suporte metodológico, tanto para definir as categorias como identificar os elementos constituintes da representação e conhecer a origem das informações usadas para constituí-la. Candidatos (N = 16) e alunos (N = 71) do curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia do Instituto Politécnico Superior Estácio de Sá do Rio de Janeiro foram incitados a responder um questionário, a partir do qual foram extraídas as unidades de sentido referidas, ora à formação em gastronomia, ora ao objeto, e organizadas em dois grupos de categorias, com resultados examinados segundo a Técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2002).

Palavras-chave: Chefe de Cozinha. Gastronomia. Metáfora. Metonímia. Representações Sociais.

ABSTRACT

The objectives of this study was to find the representation of “kitchen chef” and the origin of information used to create it, from a hypothesis - not confirmed - that these reports are mostly from the mass media and common sense. Thus, focusing the joints that are established between the social representations (MOSCOVICI, 2003; JODELET, 1995) and the metaphors and metonymy - those working in the processes of anchoring and objectification as indicators of discourse models predicates and constituents of the object categories (MAZZOTTI , 1995) - while welcoming the units of meaning and reveals the elements of representation trainers, especially those of it's core figurative. In this study, these figures were taken as the language support methodology, both to define the categories to identify the components of the representation and know the origin of information used to create it. Candidates (N = 16) and students (N = 71) of undergraduate courses in Food Technology of the Polytechnic Institute of Education Estácio de Sá in Rio de Janeiro were encouraged to answer a questionnaire, from which were extracted the meaning of these units, now for training in gastronomy, sometimes the object, and arranged in two groups of categories, with results discussed in the technique of content analysis (BARDIN, 2002).

Keywords: Chefs. Gastronomy. Metaphor. Metonymy. Social Representations.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1 – GASTRONOMIA, CHEFE DE COZINHA & MÍDIA	5
1.1 – Quem é ela?	5
1.2 – Gastronomia & Mídia	9
1.3 – Quem é ele?	10
1.4 – Chef & Mídia	14
2 – UM POUCO DE HISTÓRIA	16
2.1 – A gastronomia nas ciências humanas	16
2.2 – A cozinha	19
2.3 – Os cursos de gastronomia no Brasil e a formação de <i>chefs</i>	23
2.4 – O curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro	26
3 – REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO	29
3.1 – A construção do objeto	36
3.2 – Metodologia	39
4 – A PESQUISA	42
4.1 – Resultados	43
4.1.1 – Tabelas de percentuais de incidências	44
4.1.1.1 – Se houve escolha pela formação em gastronomia por influência de programas de televisão	44
4.1.1.2 – Se houve escolha pela formação em gastronomia por influência de matérias publicadas em revistas	44
4.1.1.3 – Se houve escolha pela formação em gastronomia por influência de matérias publicadas em jornais	45
4.1.1.4 – Se houve escolha pela formação em gastronomia por influência de livros especializados no tema	45
4.1.1.5 – Se houve escolha pela formação em gastronomia por influência de filmes	46
4.1.1.6 – Opinião da família sobre a escolha pela formação ou exercício profissional em gastronomia	46
4.1.1.7 – Opinião dos amigos sobre a escolha pela formação ou exercício profissional em gastronomia	46
4.1.2 – Relações de incidências de palavras e expressões portadoras de sentido, por categorias semântica e simbólica	47
4.1.2.1 – Motivo de escolha pela formação em gastronomia que não seja por influência de programas de televisão, matérias publicadas em revistas ou jornais, livros especializados no tema ou filmes	47
4.1.2.2 – Opinião da família sobre a escolha pela formação / profissão	53
4.1.2.3 – Opinião dos amigos sobre a escolha pela formação / profissão	59
4.1.2.4 – Opinião pessoal sobre a gastronomia	65

4.1.2.5 – Imagem do "chefe de cozinha" associada a um objeto	71
4.1.2.6 – Imagem do "chefe de cozinha" associada a outra profissão	77
4.3 – Interpretação dos resultados	83
4.3.1 – Apresentação do objeto	83
4.3.2 – Chefe de cozinha: um líder profissional	87
4.3.3 – Origens das informações	89
4.4 – Conclusão	90

ANEXOS

Anexo 1 – Formulário de entrevista	94
Anexo 2 – Quadro de definição das perguntas do questionário de entrevista	95
Anexo 3 – Quadro de definição de categorias referentes às origens e frequências das informações que motivaram a escolha pela formação em gastronomia	96
Anexo 4 – Quadro de definição de categorias referentes às questões indutoras de metáforas e metonímias usadas para definir o objeto representado	97

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
---	----

BIBLIOGRAFIA	100
---------------------------	-----

CHEFE DE COZINHA: REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS E ALUNOS DE CURSOS DE FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA

INTRODUÇÃO

É notável a midiaticização por que passa a arte gastronômica no Brasil. Seja pelas manchetes de revistas semanais, seja nas reportagens em cadernos de cultura de jornais, nos destaques em roteiros turísticos ou temas de programas de televisão, a gastronomia tem estado cada vez mais visível nas mídias de massa. O público, do mesmo modo, tem se mostrado cada vez mais interessado – embora ainda pouco habituado a compreender os critérios pelos quais essa arte é avaliada pela crítica especializada – fazendo com que fique vulneravelmente exposto à informação descomprometida com a realidade gastronômica, tanto em termos culturais como profissionais, e a partir dela construa uma opinião – geralmente equivocada – sobre a realidade do universo gastronômico e dos profissionais que nele atuam, principalmente sobre o chefe de cozinha, mais comumente referido apenas como *chef*.¹

Sabe-se que, por suas qualidades e responsabilidades profissionais, um *chef* reconhecido pela crítica é elevado à categoria de celebridade, principalmente em países em que a tradição culinária é considerada expressão marcante da sua cultura. Porém, esse culto à pessoa do *chef* tem estado recorrentemente submetido a estratégias publicitárias utilizadas pelas mídias de massa para, além de emocionar e seduzir leitores, divulgar espaços e produtos. É prática comum jornalistas receberem convites para visitar restaurantes, participar de eventos que promovem a imagem de anunciantes, opinar sobre cardápios e até mesmo publicar matérias que tendem a favorecer determinados estabelecimentos, produtos e *chefs*.² Para isso, constroem verdadeiros *mitos populares da gastronomia* (PIETROLUONGO, 1997) legitimados por critérios comprometidos com a publicidade que acabam por

¹ De acordo com o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o termo deriva do francês *chef de cuisine*, usado para nomear o profissional responsável pela direção da cozinha de um restaurante, hotel ou residência notável pela tradição e qualidade do seu cardápio e serviço. Adotamos o termo *chef*, uma vez que se trata de um verbete específico e já dicionarizado.

² Amaral (2006) afirma que tais convites são comuns, e geralmente intermediados por assessorias de imprensa de empresas e governos que usam a gastronomia como instrumento de propaganda. Cita diversos casos em que cadernos de cultura e turismo de jornais e revistas de circulação nacional publicam, integralmente, textos enviados por essas assessorias. De acordo com Santana (2005), essa prática é conhecida no meio jornalístico como *jornalismo cordial*.

influenciar um público ainda pouco conhecedor dos princípios que regulam o exercício da chefia. Não se trata de um fenômeno isolado, ou tipicamente brasileiro; acontece em vários países, inclusive onde há tradição gastronômica.

A reboque dessa tendência se encontram os cursos de formação em gastronomia, que têm apresentado uma constante e crescente procura, indicando haver nessa demanda certo grau de sustentabilidade.³ Franco (2001, p. 235), não obstante ter reconhecido a dificuldade de antever como poderá se configurar o mercado gastronômico nas próximas décadas, fez certas previsões que têm se confirmado. Uma delas é de que

[...] muitos *chefs* se converterão em estrelas da mídia, e em estilistas da indústria agro-alimentar e da culinária. Simultaneamente, transformar-se-ão em agentes do *marketing* de alguns produtos.

Para quem atua profissionalmente na área e acompanha a evolução dessa tendência é possível verificar que não se trata de algo passageiro – um mero modismo – mas um movimento decorrente da popularização de uma representação propagada em diversos meios – a formação acadêmica é um deles – e da reificação da figura do *chef*, fenômeno capaz de incitar transformações nas comunicações e condutas de diversos sujeitos individuais, grupais e institucionais.⁴

A configuração desse cenário – no qual a arte gastronômica é, e continua sendo utilizada como apelo publicitário, e o seu principal ator apresentado como uma celebridade cujo conhecimento e sucesso profissional é alardeado para o público como passível de ser alcançado a partir de um curso de formação – demandou-nos uma primeira interrogação: o que se pensa a respeito de um *chef*?

Partimos da constatação de que a popularização do conhecimento gastronômico – e, por decorrência, do desejo que emerge a partir do envolvimento com esse conhecimento – parece incitar mudanças na sociedade. Crenças, hábitos e valores tradicionalmente admitidos para lidar com as questões do cotidiano são postos em evidência na perspectiva desse saber, produzindo reflexões e

³ Segundo Atala (2008), a partir da década de 1990 houve uma grande procura pela formação em gastronomia, sendo criados nas principais cidades brasileiras cursos de curta duração em escolas independentes e de graduação tecnológica em faculdades.

⁴ Matéria veiculada em 29/11/2007 pelo *Jornal Hoje* da TV Globo aponta, dentre as mudanças provocadas pela disseminação da cultura gastronômica em algumas cidades brasileiras, o aparelhamento profissional em cozinhas de casas e condomínios residenciais, a transformação desses locais em espaços privados de degustação, a oferta de imóveis já com essa estrutura por algumas construtoras, e a ocupação desses espaços e da cozinha doméstica pelos homens.

transformações nas cognições e comportamentos de indivíduos e grupos. Simultaneamente, o advento da personagem *chef de cuisine* no cenário social, para quem se atribuem qualidades reconhecidas como de sucesso profissional e projeção social, incita o jogo das emoções, dos afetos, dos sentimentos, dos desejos, do imaginário, e também dos valores identitários (JODELET, 2007).

No Brasil, a gastronomia enquanto expressão cultural inscreve-se como conhecimento recente, e em processo de codificação para os padrões internacionais. Nesse aspecto, encontra-se em fase de construção. Enquanto prática social trata-se de hábito recente e ainda restrito a determinados grupos; nesse sentido, encontra-se em processo de popularização. Contudo, esses estágios de evolução se encontram em acelerado ritmo, indicando haver uma forte tendência para uma rápida incorporação desse conhecimento e dos hábitos dele decorrentes. Isso pode ser confirmado pela procura por esse conhecimento através da formação, tanto pelo nível de qualidade dos cursos oferecidos pelo País como pelo porte das parcerias com as quais as instituições de ensino têm firmado.⁵ Nos últimos anos, tem sido notável a difusão da arte gastronômica, tanto pelos meios de comunicação como em palestras, seminários, publicações e pesquisas acadêmicas,⁶ tendo no mais das vezes como foco principal dessas iniciativas a figura do *chef*.

O *chef* condensa os significados da profissão e do saber gastronômico, e tem sido objeto de conversações, discussões, comunicações as mais diversas, constituindo-se também num ideal para os que buscam os cursos de gastronomia. Por essas razões, o *chef* foi tomado como objeto dessa pesquisa, que buscou conhecer a sua representação elaborada por candidatos a (N = 16) e alunos de (N = 71) um curso de gastronomia, além da origem e frequência das informações usadas

⁵ Em 2006 a Universidade Estácio de Sá (RJ) firmou contrato com a escola do renomado *chef* Alain Ducasse para o curso de *Chef* Internacional, na qual os alunos formados recebem certificação internacional com a chancela da Alain Ducasse Formation - ADF. Importante ressaltar que, ao final do 4º período, o aluno recebe a Certificação Profissional Intermediária, que possibilita o trabalho como supervisor gastronômico. Em setembro de 2008, a Universidade Anhembi Morumbi (SP) em parceria com a Nestlé, inaugurou o Centro de Pesquisa em Gastronomia Brasileira para estudos em alimentação fora do lar, com pesquisas nas áreas da gastronomia tradicional e regional, qualidade na alimentação brasileira e globalização da gastronomia brasileira, além de pesquisas nutricionais, análise sensorial de alimentos, testes de harmonização e de ingredientes. Dados fornecidos pela revista Cozinha Profissional, edição de outubro de 2008.

⁶ Palestras, seminários e encontros gastronômicos têm sido constantemente promovidos por profissionais e instituições, tornando-se parte do calendário acadêmico e turístico de diversas escolas e cidades brasileiras. Do mesmo modo, livros sobre gastronomia têm sido publicados por atuais *chefs* de renome – Anthony Bourdain (2001), Daniel Boulud (2004), Laurent Suaudeau (2007), Alex Atala (2008) – e por historiadores da alimentação – Henrique Carneiro (2003), Ariovaldo Franco (2001), Roy Strong (2004), Donald Sloan (2005) – além de monografias, dissertações e teses que têm a arte gastronômica como objeto de pesquisa (ver o capítulo Bibliografia).

nessa elaboração. Para tal finalidade foi aplicado um questionário (Anexo 1) com perguntas objetivas, do tipo múltipla escolha, e subjetivas, indutoras do discurso, por meio das quais se procurou, primeiramente, conhecer as expectativas desses sujeitos em relação à profissão, as opiniões de terceiros sobre a decisão de cursar esse tipo de formação e as origens das informações obtidas a respeito da gastronomia; e em seguida, identificar as imagens associadas à figura do *chef* por meio de metonímias e metáforas. Os dados coletados a partir das questões objetivas foram tabulados e analisados quantitativamente por percentuais de incidência, e as informações obtidas com base nas questões indutoras foram analisadas qualitativamente por núcleos de sentido, através da Técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2002), ambas as formas com suporte na Teoria das Representações Sociais.

1 – GASTRONOMIA, CHEFE DE COZINHA & MÍDIA

1.1 – QUEM É ELA?

O início das civilizações está intimamente ligado à busca por e preparo dos alimentos. A partir do Paleolítico Superior, o homem deixa de ser simples coletor e caçador e dá início ao cultivo da terra. Todavia, uma profunda diferença surge no momento em que ele aprende a cozinhá-los. Através desse método, restaurava o calor e o sabor natural da caça recém-abatida e tornava mais fácil a mastigação e a digestão. Por meio da temperatura elevada, sabores e aromas são liberados, ao contrário do frio, que os sintetiza e anula. As altas temperaturas também contribuem para a conservação, proporcionando a possibilidade de prolongar o momento do consumo. Surgiu então, a primeira técnica de conservação.

A invenção de utensílios de pedra e de barro está associada aos primórdios da culinária. Graças a esses apetrechos foi possível cozinhar alimentos e ferver líquidos, tornando possível iniciar e expandir a arte culinária propriamente dita, adicionando-se condimentos como ervas e sementes aromáticas para lhes acentuar o sabor.

Não é possível precisar em que momento o ato de alimentar-se deixa de ser apenas a satisfação de uma necessidade básica e se transforma em elemento simbólico usado em cultos religiosos, ou mesmo em prazerosa reunião comensal. Nas pinturas paleolíticas pode-se ver representados animais, cenas de caça, dança e rituais de celebração, sendo provável que o produto de uma boa caçada ou colheita tenha sido efusivamente comemorado e registrado como expressão de fartura coletiva. É também plausível que a repetição desse processo tenha se transformado em rito pressagioso e comemorativo incorporado à cultura dos grupos. Por isso, a refeição tornou-se, ao longo da história, tão rica em símbolos.

Sabe-se que o homem desenvolveu a capacidade de caçar, criar rebanhos, plantar, colher, armazenar, preparar e dividir o produto desses trabalhos com outros indivíduos, e compartilhar-lhes a comensalidade. E também que inventou o ritual da refeição e, mais adiante, o festim – este realizado para receber favores dos deuses. Teriam nascido assim as primeiras manifestações de hospitalidade, celebração e degustação à mesa.

A refeição compartilhada tornou-se um privilegiado momento de intercâmbio e comunicação entre os indivíduos. A comensalidade criou e reforçou vínculos entre

membros de um grupo, e assim a refeição em comum pôde marcar uma nova ordem nas relações humanas e transformar-se em um momento propício à transmissão de valores.

Também não é possível precisar quando a comida imbricou-se com os ritos religiosos e se tornou alimento divinizado. Não obstante, é certo que, na maioria das civilizações, as manifestações de caráter místico sempre estiveram associadas a ritos comensais ou submetidas a regulamentações sagradas sobre o consumo de alimentos. De acordo com Carneiro (2003, p. 110-112),

Em quase todas as civilizações, o alimento é um dos primeiros deuses, ou tem um deus tutelar. No México, cogumelos alucinógenos [...] são sagrados e denominados “a carne de Deus”. O consumo ritualístico de plantas psicoativas americanas, como a jurema, é considerado pela Antropologia como expressão da cultura indígena, cultuada na religião do Santo Daime, no Brasil, assim como diversos cactos andinos e mexicanos – como o *san pedro* e o peiote – são exemplos de alimentos e bebidas divinizadas.

Em todo o mundo, comidas e bebidas desempenham um papel central nas manifestações culturais, algumas delas adotando determinados alimentos como objetos de devoção e simbolismo:

Dionísio / Baco era o deus do vinho e da alegria no mundo greco-romano. Ceres, versão latina de Deméter, denominou os mais importantes alimentos – os cereais – cujo ciclo vital da sementeira e da colheita era regido pela deusa. A queda de Adão e Eva – que instituiu o pecado original para os católicos – foi simbolizado no ato de comer um fruto proibido.

Desde a Antiguidade Clássica, constituiu-se como modelo de alimentação civilizada aquela baseada no consumo do pão, do vinho e do óleo de oliva, e a tradição judaico-cristã também se estruturou em torno desse mundo de comensalidade. O povo judeu foi instruído a comer o pão ázimo, interpretado não apenas como um recurso nutritivo, mas essencialmente como parte de um conjunto de regras alimentares incorporadas à memória coletiva, cujas características tinham por objetivo denotar o seu grau de civilização, celebrar os momentos vivenciados ao longo da sua história e caracterizar a sua cultura. O Catolicismo também incorporou essa tradição clássica, revestindo-a de atributos representativos da própria divindade

ao adotar, na sua liturgia, o pão como o corpo do Cristo, o vinho como o seu sangue e o óleo de oliva como a unção sagrada.

Essa configuração do ato de comer que vai além da necessidade de sobrevivência – sua transformação em prazer culturalmente organizado – fez com que a gastronomia se constituísse e fossem definidos os seus objetivos essenciais: potencialização dos sabores e de todas as sensações que o prazer de comer pode propiciar (DUCASSE, 2007). Afinal, a arte gastronômica sempre se caracterizou pela perseguição implacável da perfeição, revelada na excelência dos preparos e serviços, desde a escolha dos ingredientes até os ambientes onde são servidos para serem ritualisticamente degustados.

Por ser assim, uma expressão própria das sociedades humanas é que, desde o seu início como saber codificado, a arte gastronômica foi posta como prática possível em qualquer parte do mundo, e em qualquer tradição culinária. Mas, para que pudesse se desenvolver e ser considerada uma expressão maior da cultura, foi necessário um longo tempo de experimentação e assimilação pelos grupos sociais até que fosse aceita como sendo algo próprio, pertencente; um patrimônio simbólico, imaterial; uma enunciação através da comida, coletivamente reconhecida como propriedade comum, pois que entre os seus requisitos básicos esteve sempre a possibilidade de pensar e criticar o que se comia dentro da própria comunidade de origem e, sobretudo, promover continuamente amplos debates sobre todos os assuntos que a envolviam.

O modo como a gastronomia foi originalmente concebida surgiu no mundo moderno em decorrência da urbanização e da propagação do hábito de comer em ambientes públicos – restaurantes – sobre os quais frequentadores e críticos podiam se manifestar. Nessa perspectiva, pode ser entendida como uma atividade eminentemente pública (ATALA, 2008). Contudo, outros modos de praticar a arte gastronômica foram sendo inventados: no ambiente doméstico – nas receitas de família e degustações particulares – e em situações restritas, organizadas por grupos de *gourmets*.⁷ Nessas ocasiões, modos de preparar, servir e degustar eram – e ainda são – experimentados e avaliados, sempre com o objetivo de buscar um grau mais adiante de apuro e garantir a melhor expressão de uma cultura através dos sabores.

Somente conhecendo a origem das receitas, comparando os modos de preparo de um mesmo prato, combinando e avaliando novos produtos disponíveis no mercado, e examinando

⁷ Ser *gourmet* significa, além de consumidor avisado e interessado em tudo que se bebe e come, pessoa que aprendeu a degustar prazerosamente os alimentos, sabendo avaliá-los segundo critérios que não advêm exclusivamente da socialização.

o modo como as pessoas apreciam cada alimento é possível alcançar o significado da gastronomia. Talvez por isso mesmo ela só tenha sido codificada no século XVIII – o Século das Luzes, o período do Iluminismo – quando o hedonismo tornou-se filosofia dominante e a busca do prazer impôs-se como uma diretriz de vida, fazendo da reunião à mesa o centro das práticas sociais que encarnavam tais preceitos. “*Tão importante quanto comer é a conversação sobre a comida*”, dizia Brillat-Savarin (*apud* ATALA, 2005, p. 175) em sua obra *A fisiologia do gosto*, que nada mais é do que um discurso estruturado sobre a gastronomia de sua época – a França do final do século XVIII e início do XIX – como se fosse uma conversa entre comensais, cozinheiros e tipos sociais definidos como *gourmets*.

No decorrer dos séculos XIX e XX, a gastronomia codificada na França se transformou em cozinha internacional,⁸ influenciando e incorporando hábitos alimentares e pratos do mundo inteiro. A mola mestra desse movimento foi a inventividade dos *chefs* e o interesse desses pelo inédito – fatores que preponderam na gastronomia contemporânea – contrariamente aos da cozinha regional, mais condicionados à tradição e à rejeição de produtos, técnicas e idéias novas. Contudo, já se observa na atualidade um crescente sincronismo entre a internacionalização da gastronomia e o interesse pelas cozinhas regionais e nacionais.

Como as outras artes, a gastronomia não é estática; é produto de miscigenações culturais e passou por diversas fases. É possível encontrar, ao longo da história, vestígios das influências e trocas culturais na gastronomia de diversos povos em todos os continentes. Durante o ciclo das grandes navegações que marcaram os séculos XIV a XVI, novos produtos e ingredientes – as especiarias – causaram profundas transformações nos hábitos alimentares europeus (FRANCO, 2001). A partir de então, os hábitos gastronômicos diversificaram-se sobremaneira, principalmente na Europa, incorporando ingredientes, utensílios, modos de preparo e de servir oriundos das “índias”, além de uma nova percepção filosófica do alimento. Essas transformações causaram um forte impacto nos hábitos à mesa – principalmente sobre o gosto – tendo sido preciso longo tempo até que novos paladares fossem assimilados, simplificados e passassem do estranhamento ao pertencimento até serem finalmente codificados. “*Na boa cozinha*” – dizia Curnonsky⁹ – “*as coisas têm o gosto do que são*” (*apud* FRANCO, 2003, p. 232). Ao reconhecer essa dupla face da gastronomia – seu caráter

⁸ Revel (*apud* FRANCO, 2003), observa que cozinha internacional nada mais é do que uma coletânea de receitas de diversas origens; um conjunto de princípios e técnicas que permitem adaptações às possibilidades locais graças ao talento de *chefs* que, flexibilizando os fundamentos da cozinha clássica, reinterpretam essas receitas criando novos pratos.

⁹ Jornalista e escritor francês, Maurice-Edmond Sailland (1872-1956) assinava seus escritos sob esse pseudônimo, intitulado-se, após 1927, de “príncipe eleito dos gastrônomos.”

ao mesmo tempo tradicionalista e multicultural – e enfatizar a qualidade das matérias-primas e dos preparos e serviços como eixos principais dessa arte – esse notável *gourmet*, crítico dos pratos complicados e dos menus pomposos, foi um dos responsáveis pela renovação da arte gastronômica do século XX.

Os defensores da *nouvelle cuisine* – movimento que surgiu na França em meados da década de 1960, que confrontava o tradicionalismo com a inventividade – aprovaram essa postura e puseram termo ao dogmatismo que dominou a gastronomia durante muito tempo. Segundo eles, a cozinha deve ser uma extensão da natureza, não devendo, portanto, anular o seu trabalho, mas completá-lo. E a gastronomia contemporânea ainda continua valorizando esses aspectos.

Portanto, o aparecimento de novas gastronomias não é fenômeno inédito. Sempre houve e continuará existindo combinações e experimentos buscando novas invenções que cada vez melhor possam expressar o prazer da boa mesa. Atuais *chefs* de renome continuam a estimular esses movimentos gastronômicos, seja incorporando ingredientes, criando novas receitas e novos modos de degustação, seja divulgando seus conhecimentos ministrando cursos, treinando discípulos e abrindo sucursais de seus restaurantes por todo o mundo.

1.2 – GASTRONOMIA & MÍDIA

É pela crítica especializada que um cozinheiro – e sua arte – tem o seu trabalho reconhecido. Em países com larga tradição culinária, o profissional de cozinha que almeja o título de *chef* tem que se submeter continuamente aos juízos dessa crítica, que avalia o seu trabalho por meio de “provas” – concursos de degustação – nas quais é testado a responder por uma série de exigências e práticas que um *chef* deve atender para poder ocupar o prestigioso lugar que a cultura lhe outorga. Nessas “provas” são avaliados os talentos que o predis põem ao bom cumprimento das tarefas – rigor na execução das receitas e capacidade infatigável de trabalho – aliados à curiosidade ímpar e sensibilidade à flor da pele¹⁰ (SENDERENS, 1993). Aprovados, passam a ser sobremaneira valorizados a tal ponto que, para cada um deles em particular, a crítica cria um discurso específico, como reconhecimento à sua arte e à sua contribuição à perenidade expressiva da gastronomia daquela cultura. Assim, ao ser reconhecido pela crítica, o *chef* passa a ser “certificado” como agente de uma

¹⁰ Na França, país onde foi codificada e hierarquizada a gastronomia (DUCASSE, 2007), o candidato a *chef de cuisine* passa por três tipos de provas: “qualificante”, em que o sujeito possuidor de um talento natural e um querer tem testado o seu saber-fazer; é a primeira certificação da competência. Depois, a prova “principal”, que define a sua *performance*, e finalmente a “glorificante”, que dá o reconhecimento da crítica (GREIMAS, 1993).

ação cultural de caráter gastronômico e tem o seu trabalho divulgado nos meios de comunicação, que assumem a função de informar ao público que sua obra gastronômica é digna representante dos valores daquele grupo social.

Há, contudo, uma diferença marcante nos modos de divulgar a gastronomia e seus representantes. Enquanto a crítica especializada recorre aos sentidos e às tradições culinárias para avaliar a arte de um *chef*, a mídia de massa explora a gastronomia como tendência de consumo e o ofício do *chef* pela via do mercado de trabalho, fazendo com que o público no mais das vezes forme uma imagem distorcida e idealizada desse profissional, do seu mundo e da sua arte. Mas isso não acontece sem razão. As novas tecnologias de informação e os meios de comunicação, do mesmo modo que aproximam as expressões culturais gastronômicas de um modo geral – difundindo hábitos alimentares, facilitando o acesso às técnicas, ingredientes e incitando o experimento – fazem com que se construam opiniões sobre o chefe de cozinha a partir de notícias compromissadas com propagandas orientadas aos mais variados públicos.

Atualmente, a gastronomia passa por uma fase de ampla divulgação, potencializada pela imagem de *glamour* que lhe confere a mídia de um modo geral. Apelando à sofisticação aliada ao prazer, esses veículos usam-na para legitimar valores que repercutem nos hábitos das pessoas – por vezes tomadas por meros consumidores – que passam a construir em torno da imagem do *chef* um ideal de sucesso, charme, sofisticação e destaque social, fazendo desses fatores os atrativos geradores de uma crescente demanda pela formação na área. No entanto, essa imagem não reflete, nem a arte, nem a realidade profissional. No mais das vezes apresenta a gastronomia como oportunidade de satisfação imediata, forjada no apelo publicitário da compra-venda e distante – sequer da proposta, quanto mais da arte – do que é esperado de um *chef* por aqueles que realmente buscam apreciá-la, ou a ela se dedicar profissionalmente.

1.3 – QUEM É ELE?

Comumente referido pelos apreciadores da arte gastronômica como *chef de cuisine* – ou simplesmente *chef*, devido à origem francesa dessa categoria laboral – esse sujeito assumiu ao longo da história simultaneamente os papéis de produtor, receptor e divulgador dos hábitos e valores que estiveram associados a determinados grupos – classes sociais, comunidades regionais ou nacionalidades. Como representante das expressões culturais desses grupos, o trabalho do *chef* sempre esteve ligado à memória coletiva, e presente nos fundamentos das

suas identidades.

Contudo, ainda que possua uma vocação pessoal para a arte gastronômica que lhe permita exercer seu trabalho com relativa criatividade e independência – e essa é a tendência da gastronomia contemporânea (ATALA, 2008) – um *chef* sempre tem seus talentos submetidos a regras, e quando exercidos no nível profissional lhe é exigida submissão a uma rigorosa disciplina e avaliação. Por isso, as características originais dessas práticas puderam manter-se no tempo longo das comunidades e marcar, tanto as habilidades de um único indivíduo – e por decorrência as da sua categoria profissional – quanto imprimir um caráter unívoco e homogêneo à expressão da cultura do grupo social que representa com a sua arte, na medida do compartilhamento desse às mesmas disposições de espírito, tal como um povo personificado (PIETROLUONGO, 1997).

O passar dos anos que garantiu perenidade e tipicidade às cozinhas tradicionais também possibilitou a sua difusão. Ao deixarem suas comunidades de origem, os *chefs* levaram as expressões culinárias da sua cultura – e com elas os conhecimentos acumulados por seus mentores ao longo de várias gerações – para outras regiões, outros países. Daí por diante expuseram sua arte à miscigenação; ensinando e aprendendo... influenciando e assimilando ... Porém, até que pudessem ser nomeados *chefs* e terem seus trabalhos reconhecidos e respeitados em suas comunidades, esses profissionais tiveram que cumprir um longo e árduo percurso.

As tendências atuais da gastronomia valorizam a criatividade como elemento distintivo. Nessa perspectiva, um *chef* é aquele capaz de criar um novo conceito,¹¹ isso é, ser capaz de inovar e, ao mesmo tempo, causar impacto sobre o sistema culinário. Nesse sentido, tal impacto social adquire tanta importância quanto a que se mede através do gosto. Portanto, por essa dupla função do *chef* – ser um inovador e um administrador do prazer à mesa – é fundamental que se possa compreendê-lo como alguém que necessita, para poder criar, ser exímio executante. Ou seja: sem ser um excelente cozinheiro, não se pode ser um *chef*.

Uma das principais responsabilidades de um *chef* é ensinar o que aprendeu com seus mestres, acrescentando a esse saber toda a sua experiência pessoal. Esse é um aspecto que para nós, brasileiros, adquire um sentido de renovação comportamental de suma importância,

¹¹ Atala (2005, p. 178) ilustra a idéia de “conceito” – inovação em gastronomia – da seguinte forma: a pizza, é um conceito, e não o seu recheio; as espumas traduzem um conceito, e não os seus sabores. Pode-se servir um coquetel apenas misturando seus ingredientes, assim como pode ser servido batido, ou mesmo um suco de laranja apenas espremido, ou batido. Determinados pratos podem ser servidos “pegando fogo” – flambados – ou sobremesas preparadas e servidas misturando-se ingredientes com temperaturas diferentes. Nesses exemplos, é possível perceber que a idéia de “conceito” não está apenas ligada ao paladar, mas à criação de novas possibilidades de preparo, apresentação e degustação de um prato, bebida, ou cardápio.

pois que, em nossa cultura, os conhecimentos culinários adquiridos ao longo do tempo – modos de preparo, quantidades de ingredientes, etc. presentes nos cadernos de receitas dos nossos lares – geralmente são preservados como “segredo de família”, e raro são espontaneamente divulgados, o que já não acontece na tradicional gastronomia francesa, por exemplo. Segundo Fernand Point (1969, *apud* ATALA, 2008, p. 179),

[...] *chef* é aquele que, como uma correia de transmissão, mantém em movimento, sempre para frente, o enorme edifício dos saberes gastronômicos

e que, além de romper com o padrão de restringir o seu trabalho aos estritos domínios da cozinha,

[...] concebe a refeição como uma experiência total, na qual incidem a atmosfera, a cozinha, os vinhos, a decoração do restaurante e, claro, a segurança que o *chef* confere ao comensal como avalista dessa experiência multissensorial e afetiva.

O domínio perfeito das técnicas culinárias – tanto das tradicionais como das contemporâneas – é obviamente um requisito básico de um *chef*. Além disso, deve ser alguém com comando e liderança sobre toda a brigada;¹² o organizador de uma atividade complexa, seriada e harmônica que envolve um significativo número de colaboradores, cada qual com suas habilidades, limitações e personalidades. Deve ser um mestre cozinheiro exemplar, capaz de transmitir à brigada tudo o que sabe.

Mas a influência de um *chef* não se restringe ao ambiente de preparo. Os locais de armazenamento e de consumo também possuem profissionais que cumprem funções específicas dentro da grande brigada. Conferir, guardar e servir são tarefas que requerem profissionais dedicados, capacitados e experientes – todos exercendo suas atividades sob o olhar atento do *chef*. Tudo isso acontecendo simultaneamente, seja no espaço reduzido, quente, e cheio de pessoas transitando por todos os lados de uma cozinha, seja no espaço amplo e sofisticado de um salão. Mas suas atribuições ainda não se esgotam aí. Também cabe ao *chef* realizar e acompanhar todas as fases que envolvem a compra dos ingredientes – procura por fornecedores, pesquisa de preços, prazos, escolha e compra dos produtos, verificação dos meios de embalagem, transporte e armazenamento – a fim de garantir a qualidade total desde a origem até o consumo, confiabilidade essa sempre associada à sua própria pessoa. E, finalmente, nos seus momentos de folga, o *chef* vai conhecer o trabalho de

¹² Nome tradicionalmente dado à equipe que trabalha em uma cozinha profissional, cuja origem se encontra na hierarquia militar.

outros *chefs* – e, no mais das vezes, trabalhar gratuitamente em outras cozinhas – para atualizar-se e dividir-se nos experimentos que os seus pares estão realizando (BOULUD, 2004).

É em função dessas habilidades e responsabilidades – aliadas à competência e aos anos de experiência – que um profissional de cozinha, ao ser nomeado *chef*, não só mostra que cumpriu todo um percurso forjado no trabalho, mas que ainda carrega o talento capaz de impregnar suas receitas com a carga das tradições que caracterizam uma cultura.

Ao comparar um cozinheiro com um *chef*, Auguste Escoffier¹³ (*apud* LEAL, 1998, p. 129) diz:

[...] ainda que seja capaz e experiente, precisa ter seu trabalho orientado e dirigido por um *chef* responsável por tudo na cozinha. O chefe de cozinha, por sua vez, deve ser um artista e um administrador. Suas tarefas consistem em realizar as compras de cada dia, planejar os menus, distribuir e supervisionar o trabalho da brigada. Precisa ter sensibilidade artística, paladar muito apurado e também conhecimento de todos os assuntos da cozinha, pois só assim estará capacitado para orientar outras pessoas. Precisa de muito estudo e de muitos anos de trabalho e experiência para adquirir um amplo conhecimento da cozinha, tanto popular como clássica.

Nessa perspectiva, o *chef* encarna o artista-criador, e suas receitas adquirem o estatuto de obras de arte – obra culinária – que não só reúnem em si as várias formas de expressão de uma, ou muitas culturas, mas também fornecem os meios para que essas expressões sejam percebidas pelos sentidos. As associações entre os gostos (paladar), as texturas e temperaturas (tato bucal), os aromas (olfato) e as cores (visão) promovem uma profusão de sentidos que acaba por salientar a música (audição) do alimento. Observe-se essa citação do enólogo-degustador Jean Lenoir (1993, p. 143) sobre a arte da composição de um prato:

Um prato ideal é uma composição com os quatro sabores de base, estabelecendo um equilíbrio sobre o qual se vem pousar o olfato, mas também o tato – mole ou crocante. Os grandes cozinheiros trabalham a resistência na boca. Eles se interessam também pelo barulho, pelo som. Um prato é uma música que se desencadeia com o olfato, a partir da primeira mordida num pão.

Isso porque a arte gastronômica tem a particularidade de só poder ser alcançada

¹³ Renomado *chef* francês (1846 - 1935), também chamado “o rei dos cozinheiros, e o cozinheiro dos reis”, leva o nome de uma das mais tradicionais escolas de gastronomia da atualidade; a Ritz-Escoffier.

através da “fusão sinestésica integral” (PIETROLUONGO, 1997, p. 261), na qual todos os sentidos são simultaneamente mobilizados, numa experiência estética de degustação do prato-obra. Para que essa experiência seja completa, deve também mobilizar os sentidos por outros meios, além do próprio prato.

Os *chefs* atentam para a aliança entre o prato e o vinho, uma vez que não se pode pensar a gastronomia sem esse último. Além disso, o vinho se inscreve numa circunstância de compartilhamento que admite outras alianças. A criação de uma atmosfera não é apenas propiciada pela experiência da degustação, mas pelo ambiente no qual se degusta, com o *décor* funcionando como tela de fundo para os mais diferentes propósitos – fato considerado pelo chefe de cozinha, que cuida para que o espaço degustativo do seu restaurante favoreça o prazer do instante. Todos os estilos são admitidos – do mais rústico ao mais refinado – cada um promovendo a possibilidade de uma experiência diferente. Conforme nos revela Ducasse (2007, p. 21):

Pressão, prazo, rigor, comprometimento, diversidade, compartilhamento, audácia, memória, curiosidade, experimento, performance, excelência, prazer, paixão. Esse o universo de trabalho de um chefe de cozinha. Sempre acompanhado de sua brigada, só pode conquistar esse título depois de uma longa e árdua trajetória de talento, trabalho e dedicação constantemente avaliados.

1.4 – CHEF & MÍDIA

A notável disseminação da cultura gastronômica no Brasil a partir da década de 1990 – principalmente através dos meios de comunicação de massa – fez com que entre nós se criasse a idéia de que um *chef* é alguém que simplesmente obtém um diploma de nível superior em gastronomia. Certamente, muitos jovens formandos serão *chefs* talentosos e se notabilizarão à frente de seus restaurantes. Contudo, conforme nos elucida Atala (2008, p. 177-178),

[...] ser um *chef* não é o mesmo que abrir um escritório de advocacia. Basta conhecer um pouco de história para constatar que grandes nomes da cozinha raramente tiveram formação acadêmica; forjaram seus conhecimentos na prática – algumas vezes ao lado de mestres experientes – e são reconhecidos pelas marcas que deixaram através dos tempos.

Cita como exemplo, o precursor da codificação da arte gastronômica Antonin Carême (1784-1833), que

[...] além de ter revolucionado as técnicas e conceitos culinários, ter definido os ritmos e etapas de uma refeição, ter sistematizado os capítulos da culinária, foi também um organizador do trabalho na cozinha. Até mesmo o uniforme branco dos cozinheiros e o chapéu longo do *chef* foram definidos por ele [...] e é por isso que ele, mais do que por suas receitas, tornou-se um clássico e uma referência em qualquer história da gastronomia.

A projeção pública do *chef* ganhou impulso em meados do século XX (ATALA, 2008) e, com ela, a atual valorização da gastronomia. Quando os jovens que hoje se graduam nos cursos de formação autodenominam-se *chefs* estão, na verdade, assimilando informações postas em destaque pelas mídias de massa – o que tem sido oportunamente aproveitado por esses veículos para divulgar espaços, produtos e cursos de formação. Não obstante, os aspectos imprescindíveis que envolvem a chefia – que jamais poderão ser ignorados, sob pena de se criar um simulacro de *chef* – têm sido somente debatidos em publicações e eventos especializados ainda pouco visíveis ao grande público – em geral, dirigidos a um público específico – embora entre o primeiro este seja cada vez mais crescente.

Hoje, mais do que nunca, espera-se de um *chef* criatividade. Os veículos de comunicação de massa que disseminam a cultura gastronômica valorizam e exigem esse aspecto, e o público, que assimila essas informações, as converte em uma substância própria e constrói, a partir delas, uma imagem desse profissional “criativo”. Significa dizer que atualmente o *chef* se encontra no epicentro de uma expressão cultural que se transforma não somente pela evolução natural da arte, mas também por pressão dos meios de comunicação de massa que, para vender, exige novidade, e como compensação oferece a exaltação do “simplesmente diferente” seguida de elevação ao grau de celebridade.

Mais do que um diploma ou um título, ser *chef* é atuar na cozinha, no salão e na administração. Mas, sobretudo, é aprimorar-se ao longo do tempo, através das marcas cunhadas na gastronomia de uma época, de um lugar ou de uma tradição, reconhecidas como um estilo próprio de criar e interpretar. Primeiramente, a inovação; depois, a habilidade em tratar de modo instigante pratos e receitas de uma tradição qualquer. Assim, o reconhecimento da criatividade de um *chef* irá depender da sua capacidade de definir novos conceitos para a arte gastronômica.

Esse movimento é assimilável não só por públicos leigos interessados no assunto, mas também por profissionais de cozinha, e é nesse bojo onde coabitam as informações oriundas do senso comum e da crítica especializada que a arte gastronômica tem sido avaliada. Assim, aos olhos da sociedade, para ser um *chef* de sucesso não basta saber repetir fórmulas

consagradas. Se a gastronomia é uma arte, é justamente aí que reside o maior desafio do *chef*. Segundo revela Atala (2008), é preciso impor à sociedade e à mídia especializada o respeito, através da criação e da interpretação.

2 – UM POUCO DE HISTÓRIA

2.1 – A GASTRONOMIA NAS CIÊNCIAS HUMANAS

A história da humanidade está intimamente associada à história da sua alimentação. Além de comer para manter-se vivo, o homem fez dessa necessidade uma das suas primeiras manifestações culturais. Desde as técnicas de cultivo, aos modos de preparo e ritos de degustação, os povos estabeleceram ao longo de suas histórias diversos tipos de relações em torno do ato de comer, e através delas instituíram suas particularidades culturais utilizando recursos naturais e meios tecnológicos disponíveis nos seus contextos sócio-ambientais.

Entretanto, ainda que o tema alimentação estivesse ligado à mais remota história dos grupos humanos, as pesquisas em torno dos significados que envolvem o cozinhar e o comer adquiriram relevância somente a partir dos movimentos epistemológicos ocorridos nas ciências humanas durante o século XX (AZULAY, 2005). Porquê outras tecnologias – técnicas pensadas – foram objetos de pesquisas históricas, antropológicas, sociológicas, mas não o cozinhar?

Ainda que o compartilhar o alimento seja um antigo modo de criar e fortalecer laços sociais¹⁴ é possível que, em princípio, o ato de cozinhar para essa finalidade não tenha se apresentado aos pesquisadores como uma técnica. Talvez por ser tarefa um tanto corriqueira e passível de execução por qualquer pessoa com um mínimo de habilidade, que no mais das vezes tenha sido tomada como ato natural, quase intuitivo; um mero modo de atender a uma pulsão – a da sobrevivência – sem maiores elaborações; um simplesmente "matar a fome", possível de ser satisfeito independente de qualquer aprendizado. Ou talvez pelo fato de ser uma prática tão comum – e por isso mesmo tão pouco "oculta" – é provável que não tenha se encaixado nos parâmetros de uma investigação ordinária, ou mesmo escapado à observação justamente por ser demasiada evidente.

Além disso, como outras práticas da vida privada, a alimentação foi de tal forma

¹⁴ Aymard e Auboyer (1977, p. 133) informam que, já no século V a. C., os cidadãos espartanos, dos 7 aos 30 anos completos, levavam vida de caserna, e dos 30 aos 60 a de reservistas em permanente estado de mobilização, prontos a responder, no mesmo dia, à convocação. Todos eram obrigados – salvo permissão excepcional – a tomar a refeição da tarde juntamente com os que, em caso de campanha, seriam seus companheiros de tenda.

deixada de lado pela historiografia oficial que é provável que tenha passado despercebida como característica marcante de determinadas culturas. Enquanto eram valorizadas pesquisas orientadas para o nível macro das sociedades históricas – fases, guerras, revoluções, reinados e seus protagonistas – deixava-se de lado particularidades presentes no dia-a-dia do cidadão comum. Seja como for, o outrora frágil limite entre o psicobiológico e o sociocultural fez minimizar a importância do cozinhar-comer como expressão cultural, e o tornou pouco atraente como objeto de investigação.

O recente interesse pela história do mundo ocidental em nível micro pôs à mostra aspectos relevantes do cotidiano das sociedades, até então pouco desvendados. Um marco dessa iniciativa foi a coletânea de artigos publicados na série "História da vida privada", que explorou temas como casamento, sexualidade, relações familiares e alimentação. No Brasil, trabalho semelhante foi realizado, desvendando temas que foram do racismo à introdução do hábito de escovar os dentes, dentre outros aspectos relacionados à nossa miscigenada culinária.

O mais plausível é que o interesse pelo binômio cozinhar-comer tenha emergido como objeto de investigação a partir da sua relação com os espaços comensais e com a divisão social do trabalho. O espaço privilegiado de preparo dos alimentos – a cozinha – esteve na maior parte dos tempos situado no ambiente doméstico – ambiente privado – e a cozinha doméstica esteve historicamente associada à figura da mulher, fosse ela mãe ou esposa, diferentemente da cozinha profissional – originalmente um espaço público ocupado pelo masculino. Enquanto na primeira se preparava o alimento para o provimento da família – noção mais associada ao consumo em caráter informal e voltada para a sobrevivência – na outra o preparo era orientado para a satisfação dos clientes – mais próximo à idéia de degustação e prazer, preparados, servidos e consumidos criteriosamente e formalmente.

Essa ordenação que emergiu a partir da dissociação das noções de privado, público, feminino, masculino, doméstico, profissional, informal e formal, possibilitou caracterizar os tipos de cozinhas e suas formas de preparo, apresentação e consumo dos alimentos, doravante assim nomeadas: culinária, para o ambiente doméstico e conduzida por uma cozinheira, e gastronomia¹⁵ para a cozinha profissional dirigida por um *chef*.

Assim, durante o processo de sistematização do ato cozinhar-comer, as noções de

¹⁵ Segundo Rentería Guerrero (2003), a expressão *gastronomia* – como é atualmente entendida – foi posta em circulação em 1800 ou 1801 por Joseph de Berchoux, no poema *La Gastronomie, ou l'homme des champs à table* (A Gastronomia, ou o homem do campo à mesa), indicando a origem camponesa da tradicional arte do preparo dos alimentos.

culinária e gastronomia se diferenciaram e foram delimitados seus campos de investigação, cabendo à primeira o estudo das técnicas de coleta, caça, cultivo, armazenagem, preparo e conservação dos alimentos para fins de sobrevivência, e à outra a investigação da apropriação e uso do ritual alimentar pelos grupos e suas repercussões sobre os comportamentos. Atala (2005) distingue a culinária da gastronomia da seguinte forma: a primeira como um conjunto de técnicas, matérias-primas e modos de fazer que correspondem às várias adaptações possíveis dos homens ao ambiente em que vivem; e a segunda, como um discurso e uma prática que se estabelecem em torno desse objeto – a culinária – com o propósito de potencializar sabores e outros prazeres que se organizam à mesa.

No decorrer do processo sócio-histórico de apropriação e codificação das técnicas que envolvem o preparo e o consumo dos alimentos, os experimentos alcançaram um tal nível de apuro que adquiriram, em alguns grupos e camadas sociais, o *status* de arte, atraindo por isso maior interesse investigativo, principalmente ao serem tomados como meio de satisfação de demandas por prazer e significado, mais do que por sua condição de provedores de uma necessidade orgânica. Nessa perspectiva, as pesquisas – até então mais rigidamente divididas – estreitam a fronteira epistemológica que as separava e se posicionam mais livremente para investigar o ato alimentar como forma de expressão capaz de orientar escolhas, criar técnicas, codificar condutas, linguagens, construir ambientes, utensílios, inventar ocasiões e formar profissionais responsáveis por fornecer-lhe os meios necessários ao seu uso prático como meio de celebração e distinção.

Nesse sentido, o que se come é tão importante quanto para quem se come, quando, onde, como, e com quem se come. Para os pesquisadores,¹⁶ a reunião em torno da mesa transforma-se num bojo de significados presentes nos ingredientes, utensílios, acompanhamentos, formas de preparo, ambientes, atitudes e ritos comensais próprios de cada grupo social, transportados através do tempo longo das gerações. Os motivos que levam os grupos sociais a instituírem ritos alimentares e atribuir-lhes significados revelam traços de pertencimento, de assimilação e troca simbólica com as condições de existência e sociabilidade, e as ocasiões e modos de consumo apontam as diferentes formas de expressão cultural e afirmação identitária. Aprender tais ritos torna possível compreender seus valores, seus modos de ver o mundo e atuar nele, seus códigos de identidade grupal, sua sociabilidade. É a partir desse enfoque que se estabelece a distinção entre o comer para nutrir, o comer para celebrar, e o comer para

¹⁶ Diversos pesquisadores consideram o ato comensal mais uma prática condutora de significados do de propriamente um ato nutricional, dentre os quais podemos destacar Câmara Cascudo (1983), Marilena Chauí (2001), Gilberto Freyre (2000), Ariovaldo Franco (2001), Fernández-Armesto (2004), Sérgio Buarque de Holanda (2001), Barbosa Lima Sobrinho (2000), entre outros.

degustar.

Alimentar-se foi e tem sido cada vez mais um modo de manifestar-se do que propriamente atender a uma necessidade nutricional. Nessas ocasiões, nenhum alimento ou modo de preparo e consumo é neutro. Por meio de todo um aparato material e humano ordena-se e potencializa-se a sensibilidade gastronômica, a fim de que as características culturais marcantes dos tempos e espaços sociais possam ser manifestadas e reconhecidas.

A gastronomia é, portanto, uma instituição social que há pouco mais de três décadas tornou-se objeto de investigação das ciências humanas e sociais, havendo atualmente um notável interesse pelo tema evidenciado em estudos que visam o imaginário, o simbólico, e as representações nas diversas formas de sociabilidade ativa que envolvem o seu universo. Nessa perspectiva, o conhecimento reunido em torno dessa arte é posto no centro das reflexões sobre a evolução das sociedades. Ao tomar as cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais como expressões culturais – simultaneamente únicas e múltiplas – as investigações aprofundam os seus olhares e atingem aqueles que as criam e as difundem; isso é, se dirigem para os profissionais que, a partir de uma apurada sensibilidade, vasto conhecimento e domínio técnico adquirido na longa experiência da prática cotidiana, lhes garantem a perenidade (DUCASSE, 2007) necessária para transportar e revelar, através dos sentidos, os vestígios das origens e transformações vivenciadas pelos grupos sociais ao longo de suas histórias.

É, portanto, desse modo, que os estudos sobre a temática gastronômica no âmbito das ciências humanas lhe conferem a condição de objeto de investigação. Pesquisadores da área das Ciências Humanas – Antropologia (CHAUÍ, 2001), Sociologia (BOURDIEU, 1984), História (FRANCO, 2001) e da Psicologia Social (MAFFESOLI, 1998) consideram que o ato alimentar não ocorre somente para suprir uma necessidade biológica, mas se constitui numa ação humana fundadora de costumes, atitudes, protocolos e situações criadas para conduzir valores e significados codificados por sujeitos definidos e referenciados na própria dinâmica cultural das sociedades.

É em torno do histórico cruzamento entre o biológico e o cultural que os grupos sociais se organizam e se expressam por meio dessas práticas, a partir das quais emergem os marcos sociais, políticos, religiosos, econômicos e tecnológicos que permitem refletir sobre os significados e as evoluções dessas mesmas sociedades. Nesse cenário sobressai o profissional que assume a tarefa de conduzir a arte culinária. Investigando as relações dos alimentos com a história, experimentando, repensando tradições, recodificando expressões, nomeando

sentidos, recriando técnicas, receitas e reinventando sabores para evoluir o paladar, o *chef* é o ator principal do espetáculo gastronômico.

2.2 – A COZINHA

Enquanto local de preparo de alimentos, a cozinha esteve historicamente dividida entre doméstica e profissional, cabendo às mulheres o cuidado da primeira, e aos homens a outra. Assim, a profissão de cozinheiro esteve mais ligada ao universo masculino, e com origem na Antiguidade Clássica. A aristocracia grega associou a arte de comer à arte de receber, levando refinamento à cozinha. Ali, a comida era preparada por escravos cozinheiros, que detinham uma posição de destaque em relação aos demais escravos, não somente devido ao valor sócio-cultural atribuído às refeições, mas também como meio de preservar a qualidade e confiabilidade dos alimentos, como também evitar possíveis intoxicações ou mesmo tentativas de envenenamento.

Segundo Franco (2001), a Grécia Clássica teve um considerável número de escritores que abordaram as cozinhas de diversas regiões em suas obras. Arkhestratus, poeta e viajante nascido na Sicília e contemporâneo de Aristóteles (384 – 322 a. C.) foi dos mais notáveis. Em seu trabalho *Hedypatheia – tratado dos prazeres* – também denominado *Gastronomia*,¹⁷ – obra também chamada *Gastrologia* por alguns helenistas – relata de maneira metódica suas experiências e descobertas culinárias adquiridas em contato com as cozinhas em suas viagens pelo mundo mediterrâneo.

Já no século IV a. C. havia em Atenas vários livros de cozinha e parte deles sobreviveu graças à compilação realizada por Athenaeus (FRANCO, 2001, p. 36).

Nascido na cidade egípcia de Neucratis, Athenaeus considerava Arkhestratus o fundador da gastronomia grega. Em sua obra intitulada *Deipnosophistai*, escrita por volta de 200 a. C., reúne observações sobre maneiras e costumes antigos compiladas de inúmeros autores, sendo sua maior parte dedicada aos alimentos, às bebidas e à arte da mesa.

Ainda segundo Franco (2001), provavelmente o banquete mais suntuoso conhecido da época helenística foi oferecido por Caranos, dignitário macedônio. Athenaeus descreveu detalhadamente esse grande festim, revelando-nos a sensibilidade dos gregos para os prazeres da mesa e os cuidados com os utensílios e ambientes onde se armazenavam, preparavam e

¹⁷ Vocábulo composto de *gaster* (ventre, estômago), *nomos* (lei) e do sufixo *ia*, que forma o substantivo. Assim, gastronomia significa, etimologicamente, estudo ou observância das leis do estômago. (Franco, 2001)

consumiam alimentos e bebidas.

Inicialmente, na Grécia, não havia cozinheiros. No século IV a. C., conforme se depreende de algumas peças de teatro (FRANCO, 2001), os cozinheiros em Atenas eram escravos que moíam os grãos e preparavam a comida. A *Ilíada* e a *Odisséia* revelam que (FRANCO, 2001, p. 37)

[...] no tempo de Homero (século IX a. C.), os próprios anfitriões, por mais ricos que fossem, preparavam as refeições com a ajuda de amigos, quando recebiam convidados especiais. Só depois apareceram os *mageiros* (padeiros). Com o tempo, os *mageiros*, além de fornecer, passaram também a cozinhar, evoluindo para a posição de *archimageiros* – ou chefes de cozinha – com uma equipe sob seus comandos.

Os gregos acrescentavam à massa do pão ervas, sementes aromáticas, óleos vegetais e frutas, criando o que hoje conhecemos como panetone. Athenaeus menciona 72 tipos de pães, que variavam o modo de preparo de uma localidade para outra. Por isso, os padeiros gregos tornaram-se famosos e, mais tarde, durante o Império Romano, a maior parte dos padeiros de Roma eram gregos ou de origem grega. É plausível que, por essa condição, na seqüência das guerras que se seguiram à conquista do Mediterrâneo, os romanos absorvessem os princípios da culinária grega, fazendo com que a cozinha romana progredisse notavelmente, principalmente após a conquista da Sicília, cujos cozinheiros descendiam dos gregos e eram considerados os melhores da região (CARNEIRO, 2003; FRANCO, 2001). Assim, os hábeis cozinheiros – cada vez mais freqüentes em Roma – tornaram-se profissionais muito importantes, reconhecidos como artistas e disputados pelas famílias mais ricas, recebendo, por isso, generosas compensações em dinheiro.¹⁸ Ter a seu serviço um desses profissionais passou a ser um símbolo distinção social, e foi a partir desse momento que começou a se constituir a profissão de chefe de cozinha, com características mais próximas dos moldes atuais.

Portanto, assinalar os contrastes entre a sobriedade grega e a extravagância romana em relação aos hábitos alimentares mostra que ambas as culturas evoluíram de modo semelhante em seus períodos de ascensão no que se refere à mesa e à hospitalidade. Contudo, os gregos foram menos criativos do que os romanos em matéria gastronômica, e a cozinha grega jamais atingiu o nível alcançado nas outras artes, conforme indicado por Franco (2001, p. 39):

¹⁸ Franco (2001) afirma que, embora em outros tempos os cozinheiros tenham sido escravos comuns, os *chefs* (grifo do autor) hábeis na organização de banquetes, cada vez mais freqüentes em Roma, tornaram-se figuras importantes e estimadas nas casas patrícias. Seus *salários* (grifo nosso) eram elevados, e ter um bom cozinheiro a seu serviço era símbolo de ascensão social.

Hipócrates, em nome da higiene, e Sócrates, em nome do moral, se opunham aos excessos à mesa. Banquetes de muitas horas de duração só se realizaram na Ática depois que Alexandre, o Grande, e os macedônios, estenderam sua hegemonia sobre toda a Grécia, no século IV a. C.

Durante os primórdios da Idade Média, os conhecimentos herdados da cozinha romana foram preservados no isolamento dos mosteiros que se espalhavam por toda a Europa. Com o passar dos anos, essas tradições foram sendo transmitidas e também transformadas pelo experimento. Os monges foram responsáveis por mudanças importantes nos hábitos alimentares durante toda a Idade Média, aprimorando a preparação, melhorando a qualidade dos ingredientes e enriquecendo os alimentos com condimentos e especiarias. Nas cortes européias, a arte culinária tinha tanta importância que os cozinheiros recebiam um título militar – o de *officiel de bouche* (oficial da boca) – e ao conjunto de profissionais que compunha o restante da equipe era dado o nome de *brigada*.

Atualmente, uma brigada clássica de cozinha é composta por um *chef de cuisine* (chefe de cozinha), *sous-chef* (sub-chefe) e *chefs de partie* (chefes de partida) – *chef rôti*, *chef entremétier*, *garde-manger*, *poissonnier*, *pâtissier*, *restaurateur*, *tournant* e *régimier* – *commis de cuisine* e *apprentis de cuisine*.¹⁹ Assim, o *chef* é o maestro que conduz essa grande orquestra-brigada, que ao longo da sua trajetória profissional adquiriu profundos conhecimentos e domínio das técnicas e competências que envolvem todas as responsabilidades dos profissionais que estão à frente dessas áreas.

As funções e tarefas em uma cozinha profissional obedeciam – e ainda o é nas grandes cozinhas – a uma organização em moldes militares, hierarquicamente expressas pelos uniformes, na quantidade de estrelas que esses portavam, e pelos vários tamanhos e alturas dos chapéus dos trabalhadores que nela atuavam, tanto para facilitar a sua localização nos grandes ambientes como para identificar o posto exercido por cada um. O *chef* usava sempre o chapéu mais alto, chamado de *toque blanche* (touca branca), enquanto os auxiliares mais simples usavam apenas um bibico (chapéu baixo com duas pontas), tal como os soldados.

A disposição dos vários ambientes, equipamentos e utensílios que compõem

¹⁹ Os *chefs de partie* são, assim designados, de acordo com a função ocupada: o *rôti* é responsável pelos assados em geral, grelhados e frituras de peixes e carnes. O *entremétier* prepara legumes, ovos, farináceos, massas, sopas e consomês. O *garde-manger* é o decorador da cozinha fria, entradas, etc. O *pâtissier* faz as sobremesas, tortas, cremes e sorvetes. O *restaurateur* é o supervisor do trabalho de restauração dos pratos do cardápio. O *tournant* é o substituto para os dias de folga e férias. O *régimier* é o responsável pela cozinha dietética. O *commis* é um jovem cozinheiro, supervisionado por um *chef de partie*. O *apprentis* é o aprendiz do ofício. Nas grandes cozinhas encontram-se também o *boucher* (para carnes), o *charcutier* (para carne de porco, frios e embutidos) e o *café* (para a preparação do café da manhã).

uma cozinha profissional também obedece a uma rígida organização. Seja para facilitar o trânsito de pessoas, manter a higiene, ordenar a guarda, a conservação e uso dos ingredientes, e cumprir as etapas de preparação dos vários tipos de pratos, a logística de uma cozinha profissional é complexa e disposta em “praças” para o pré-preparo, preparo, distribuição de preparações e higienização de louças e utensílios.

Os novos aparelhos, materiais, utensílios e tecnologias fizeram com que as cozinhas se modificassem. Atualmente, as grandes cozinhas profissionais são verdadeiros laboratórios que contam com equipamentos de última geração, sem, contudo, que prescindam de manter os métodos artesanais de tratamento e preparo que lhes conferem a certificação da tradição.

2.3 – OS CURSOS DE GASTRONOMIA NO BRASIL E A FORMAÇÃO DE CHEFS.

O setor gastronômico contemporâneo tem exigido dos seus profissionais a capacidade de atuar nas suas diversas áreas, isso é, não restritos a uma formação vinculada exclusivamente para um determinado posto de trabalho. Nesse contexto, a educação profissional de nível tecnológico em gastronomia vem sendo considerada um fator estratégico de aprimoramento e competitividade para o próprio setor e para outros segmentos do seu entorno, através da qual o aluno se vincula ao mundo do trabalho e à prática social em caráter múltiplo.

No Brasil, a gastronomia tem atualmente vivenciado um significativo impulso,²⁰ ao lado de uma notável transformação, fruto de demandas locais e reflexos das tendências que estão ocorrendo no mundo gastronômico internacional. A crescente valorização da boa alimentação em nosso País é notória, conjugada na busca pela preservação da identidade cultural culinária – no que diz respeito às nossas raízes culturais – com uma abordagem técnica e científica na área de produção e distribuição de alimentos segundo padrões de excelência. Alçada ao *status* de arte com elevada carga simbólica, e representante do patrimônio imaterial de um país, a gastronomia é um setor extremamente dinâmico no mundo inteiro, traduzindo-se numa atividade profissional que exige sólida formação, conhecimentos

²⁰ Segundo matéria publicada na revista Cozinha Profissional – outubro de 2008 – o brasileiro gasta 24% das despesas alimentares em consumo fora de casa. Um aumento que chegou aos 14% no ano de 2007.

técnicos diversificados, talento e dedicação.

Em 1999 surgiu o primeiro curso de formação superior em gastronomia, em São Paulo, existindo presentemente (2008) 18 instituições de ensino gastronômico naquele Estado. Em 2001 foi implantado no Rio de Janeiro o primeiro curso dessa modalidade, oferecido pela Universidade Politécnica Estácio de Sá, que ampliou suas atividades em 2003 com um novo laboratório no centro da cidade e outro na cidade de Belo Horizonte. Em 2009 está sendo implantado um quarto laboratório, em São Paulo.

Atualmente, são disponibilizados nas grandes capitais e em cidades turísticas brasileiras cursos de formação e capacitação orientados para diferentes situações: para quem já está no mercado e quer se reciclar ou profissionalizar; para quem tem interesse em migrar para o setor de alimentação fora de casa, ou simplesmente para quem é amante da boa mesa que deseja conhecer, aprofundar-se na arte ou aprimorar seus talentos. São cursos de graduação, com opções para bacharelado e tecnologia, e de pós-graduação, extensão, capacitação, e os chamados cursos livres, orientados para as diversas funções do setor de alimentação.

Segundo pesquisa publicada na edição de agosto de 2008 da revista *Cozinha Profissional*, a mais procurada é a de Graduação Tecnológica em Gastronomia (52,87%), seguida das de Segurança Alimentar (22,29%), Gestão (13,38%), Barista (3,82%), *Sommelier* (3,18%), Garçom (2,55%) e *Barman* (1,91%). Para quem já trabalha na área e quer evoluir, são oferecidos cursos livres mais direcionados a cada tipo de função, sendo os mais procurados os de Cozinheiro Básico, Cozinheiro de Alta Gastronomia, Organização de Eventos e de Pizzaiolo.

A arte gastronômica segue evoluindo por meio de novas técnicas que permitem alcançar, durante o processo produtivo, um alto nível de qualidade, aliadas à contínua capacitação dos seus profissionais – gestores, *chefs*, baristas, garçons, *maîtres*, *sommeliers*, *barmans*, entre outros. Tanto pela diminuição de perdas como pela redução de custos, a gastronomia tem sido disponibilizada de modo compatível com as expectativas e possibilidades do mercado – cada vez maior, mais variado e mais exigente – de acordo com as novas tendências de consumo resultantes da maior circulação de informações e da segmentação das preferências. Porém, para atingir um tal nível de excelência, foi necessário que pessoas qualificadas pudessem desenvolver, a partir de uma sólida formação, longa experiência e condições corretas, um trabalho capaz de atender tais demandas.

Enquanto para algumas profissões o mercado de trabalho se mostra pouco atraente – ou mesmo esgotado – o profissional qualificado em gastronomia vislumbra uma crescente oferta de empregos, com possibilidades concretas de ascensão e realização. O panorama da indústria brasileira de alimentação pode ser mais bem visualizado pelo trecho de matéria veiculada por uma publicação especializada nesse segmento:²¹

No município do Rio de Janeiro, o número de estabelecimentos no setor de alimentação cresceu quase 70% em dez anos (de 6.120 em 1995 para 10.391 em 2004), segundo pesquisa realizada pelo Sindicato dos Hotéis, Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio). Ao fim deste período, a cidade se manteve na segunda posição em número de estabelecimentos, perdendo apenas para São Paulo. Atualmente existem 12.000 bares, restaurantes, lanchonetes e similares, e o segmento é hoje responsável por 1,8% do PIB do estado.

Esse crescimento sustentado verificado no setor de gastronomia é também consequência do aumento do turismo, das refeições feitas fora do lar e do grande número de eventos realizado na cidade. Segundo o *Brazil Convention & Visitors Bureau*, o Rio de Janeiro é o maior polo de captação de eventos da América Latina. O curso de gastronomia é, sem dúvida, o mais procurado dentre todos, em função do desejo de jovens iniciantes e de já profissionais do ramo em obterem prestígio como *chefs*. Mestres da arte gastronômica como Alex Atala, Flávia Quaresma, Emmanuel Bassoleil, Edinho Engel, Andrea Kaufmann, Erick Jacquin, Christophe Besse, Alain Uzan, Mara Alcamim, dentre outros, são apontados como modelo de sucesso, despertando a curiosidade pela arte e, até mesmo, tietagem. Porém, ao longo da formação, os alunos têm sido levados a modificar essa imagem construída pelas mídias de massa de que a carreira de *chef* é cercada de *glamour*.²²

“A principal orientação que damos é não levar em conta a imagem de celebridade que se criou em torno da figura do *chef*,” explica Naira Scavone (2008, p. 15), diretora de ensino da Escola de Gastronomia Aires Scavone, com sede no Rio Grande do Sul. “O trabalho na cozinha é duro, desgastante, exige dedicação,

²¹ Revista Valor Setorial – Refeições Coletivas, edição de agosto de 2008.

²² Segundo diretores dos principais cursos de Graduação Tecnológica em Gastronomia no Brasil – Universidade Anhembi-Morumbi (SP), Universidade Tecnológica Estácio de Sá (RJ, SP e MG), Faculdade Senac (Nacional) e Escola de Gastronomia Aires Scavone (RS), boa parte dos alunos se intitula *chef* logo ao iniciar o curso, e ressignificar a imagem desse profissional e do seu trabalho têm sido um dos aspectos da formação. Revista Cozinha Profissional, edição de agosto de 2008.

paixão e muito amor, mas pode dar muitas recompensas a quem se dedica de verdade.” E completa dizendo: “Requer anos de aprendizado, treinamento e estudo.”

Essa configuração põe em evidência esse profissional que, além de caminhar através dos percursos retos de diversas ciências – nutrição, higiene, segurança alimentar, administração, marketing, entre outras – também se revele pela linguagem dos aromas, sabores, sons, texturas, cores e ambientes de degustação, aspectos que fazem ser possível destacar-se e ser reconhecido como um *chef*.

São vários os indicadores que apontam um momento favorável para o setor de formação profissional em gastronomia. Em 2008, cursos de formação superior já são oferecidos por 43 Universidades, e embora tenham como objetivo formar profissionais para atuação nos vários nichos do segmento gastronômico, o *glamour* de tornar-se um *chef* continua inebriando os sonhos de jovens e adultos, o que faz o curso ser o 4º mais procurado dentre os de graduação tecnológica, segundo dados do Ministério da Educação.²³ E é para formar profissionais qualificados para atender a essa crescente demanda, que os cursos de gastronomia assumem o seu papel.

2.4 – O CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM GASTRONOMIA DA UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ DO RIO DE JANEIRO

Em fevereiro de 2001 foi criado o curso Superior de Tecnologia em Gastronomia no *campus* Tom Jobim – Bairro da Barra da Tijuca – visando atender a uma necessidade premente no mercado, sinalizada pela crescente procura de empresários do ramo de alimentos e bebidas por profissionais especializados. O pioneirismo da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro no atendimento a esse segmento foi planejado após intensa e cuidadosa pesquisa em centros de referência nacionais e internacionais no assunto, e o resultado final foi o levantamento das necessidades para a adequada formação desses profissionais.

O desenho inicial do currículo foi pautado num modelo de formação específica em gastronomia – sequencial – e contemplava unidades de estudo teóricas e práticas, de modo a permitir uma inserção imediata no mercado de trabalho. Inicialmente, o curso contou com três turmas, num total de 120 alunos.

²³ Revista Valor Setorial – Refeições Coletivas, edição de agosto de 2008.

Em 2003, o Curso Superior de Tecnologia de Gastronomia se expandiu, tendo sido instalada no *campus* Centro IV – região central da cidade – uma nova estrutura, acolhendo inicialmente três turmas, num total de 120 alunos distribuídos em dois turnos, manhã e noite. Desde então, o curso vem se atualizando e acompanhando a crescente demanda por essa formação. Atualmente (2008), conta com cerca de 680 alunos, distribuídos em dois turnos. Também são oferecidos cursos de pós-graduação *lato sensu* em Planejamento e Gestão de Restaurantes, e de extensão em Gastronomia. Ainda em 2003 foi implantado na cidade de Belo Horizonte um novo laboratório gastronômico, iniciado com 350 alunos em dez turmas, e em 2009 está em implantação, em São Paulo, um novo laboratório na Estácio UniRadial.

Os cursos têm dois anos e meio de duração e, após a conclusão do 4º período, os alunos recebem a Certificação Profissional Intermediária fornecida pela parceira francesa *Alain Ducasse Formation - ADF*, que os capacita a trabalhar como Supervisor Gastronômico. Entre as disciplinas oferecidas estão a de Higiene e segurança alimentar, Preparações preliminares na cozinha, Panificação e confeitaria, Custos em restaurantes, Marketing, Enologia, Drinques e aperitivos. Os laboratórios gastronômicos da universidade foram criados para atender às demandas do mercado de trabalho. Entre eles: Recepção de controle de qualidade de gêneros, Estoque seco e câmaras frigoríficas, Pré-preparo, Cocção, Panificação e confeitaria, Higienização de utensílios, Sala de degustação e Sala de eventos.

O compromisso assumido pelo curso Superior de Graduação Tecnológica em Gastronomia e Culinária é o de formar profissionais com elevado nível de competência técnica, integrados à gestão dos negócios gastronômicos, orientados para resultados, conscientes de suas responsabilidades legais e éticas e comprometidos com o desenvolvimento das pessoas, das organizações e do País.

Buscando uma identidade própria, desenvolve competências e habilidades direcionadas para a formação dos profissionais capazes de trabalhar com qualquer tipo ou expressão gastronômica – nacional e internacional, tradicional ou contemporânea – integrando-os à ciência e à tecnologia, conduzindo-os ao permanente desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva, investindo, dessa forma, no modelo educacional humanista.

Contudo, é importante frisar que o curso Superior de Graduação Tecnológica em Gastronomia do Instituto Politécnico Estácio de Sá não forma chefes de cozinha, mas gestores em gastronomia. *Chef* é um título que se conquista com a experiência

profissional aliada a um reconhecido talento, muita pesquisa e muito trabalho (ATALA, 2008; LAURENT, 2007; BOULUD, 2004).

O profissional formado pelo curso Superior de Graduação Tecnológica em Gastronomia da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro adquire as aptidões necessárias para planejar o desenvolvimento de uma culinária criativa, organizar atividades de produção de alimentos e seu respectivo gerenciamento em cozinhas e outros centros de serviços de alimentação tais como: empresas de hospedagem, restaurantes comerciais e institucionais, bares, *caterings* e *buffets*. Poderá assumir responsabilidades em diferentes funções técnico-operacionais e atuar de forma precisa, segura e eficiente para desenvolver atividades de planejamento, organização, execução e comercialização, em nível tático e gerencial, nas diferentes fases de produção dos serviços de alimentação, podendo realizar empreendimentos nas diversas áreas de Alimentos & Bebidas, bem como a prestação de assessoria e consultoria gastronômica. O egresso também está preparado a exercer a liderança de equipes de trabalho, estabelecendo, através de bases científicas, procedimentos que valorizem os recursos alimentares, previnam desperdícios e preservem o meio-ambiente.

Ao término do curso, o aluno terá adquirido competências e habilidades para:

- elaborar cardápios e sugestões adequadas ao conceito do negócio;
- preparar cardápios na produção de um segmento alimentar ou empresa;
- autorizar compras e controlar quantidade e qualidade do material recebido em acordo com medidas e padrões estipulados pela legislação vigente da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA;
- supervisionar a estocagem de alimentos e produtos, com vistas a garantir a conservação dos produtos;
- planejar e executar controles de produção na área de preparo de alimentos e participar nos inventários;
- organizar as escalas de equipe de trabalho;
- ajudar na elaboração do perfil de cargos e funções de sua equipe;
- participar como colaborador ativo em reuniões de planejamento ou reforma de área física;
- supervisionar todo processo higiênico sanitário;
- capacitar a equipe durante a rotina de manipulação;
- planejar e promover eventos gastronômicos;

- gerenciar seu próprio negócio, ou participar da gestão de empreendimentos de terceiros;
- planejar a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle - APPCC;
- elaborar o Manual de Boas Práticas de Higiene - MBPH dos estabelecimentos de alimentação;
- implantar as Boas Práticas de Fabricação - BPF.

3 – REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Os princípios fundamentais que suportam os conceitos e métodos usados no presente trabalho são a Teoria das Representações Sociais e a Técnica de Análise de Conteúdo.

Representações são construções simbólicas, elaboradas individual e coletivamente para orientar e mediar todas as atividades humanas. Através delas, indivíduos e grupos apreendem significados e atribuem sentidos aos seres e às coisas – objetos representados – nomeando-os. Conceitualmente, representação significa a organização de um saber construída por um indivíduo a respeito de um determinado objeto, com o objetivo de explicar e orientar suas comunicações e ações em sociedade que envolvam esse conhecimento-objeto, e a partir delas estruturar suas experiências pessoais relacionadas a esse binômio. Desse modo, representações e ações se pensam dialeticamente nas e pelas relações diretas e indiretas que os atores sociais estabelecem entre si e o seu meio em torno de um objeto comum, pois que, numa determinada coletividade, as representações circulam e se transformam através das relações de comunicação que se desenvolvem entre esses atores e também por meio da mídia, quando essa toma o lugar das relações sociais diretas (SHIELE; BOUCHER, 2001).

É a partir do modo como um saber sobre um determinado objeto é elaborado por um único indivíduo – e em seguida reelaborado por um grupo específico de indivíduos – repercutindo nas comunicações e ações no cotidiano dessas coletividades com base nesse saber-objeto que faz ser possível compreender o conceito de representação no nível amplo das sociedades. Desse modo, as organizações simbólicas construídas a respeito de tal saber sobre tal objeto deixam de ser opiniões individuais e passam a ser coletivamente compartilhadas e

nomeadas como representações sociais.

Saberes organizados orientados a um objeto para o qual se atribui sentido – sua representação – são construídos a partir de assimilações pessoais e coletivas de informações postas à disposição no contexto da sociedade pela interação de três esferas de pertencimento das representações sociais: subjetiva, intersubjetiva e trans-subjetiva (JODELET, 2007).

A noção de subjetividade considera os processos que operam no nível individual, nos quais o sujeito se apropria de informações que associa a determinado objeto advindas de experiências, cognições ou emoções vivenciadas no nível particular, e a partir delas constrói a sua representação. Na subjetivação considerar-se que a representação que um indivíduo constrói para um determinado objeto pode ser produzida sob pressão de tradições ou influências sociais²⁴ – dentre elas, as advindas de informes veiculados pela mídia especializada, pelos meios de comunicação de massa, ou dispersos no âmbito do senso comum – ou seja, um universo simbólico assimilado através do *habitus* (BOURDIEU, 1980). Assim, esse aspecto da subjetivação nos fez considerar, na formação das unidades de sentido e análise das representações, as emoções, os afetos, os desejos, os sentimentos, o imaginário, e os fatores identitários que naturalmente se deslocam para o ambiente coletivo para constituir as representações, estruturadas a partir do pertencimento social, como se verá a seguir.

A instância da intersubjetividade se refere às situações nas quais a assimilação e transmissão simultâneas de informações ocorrem no ambiente coletivo, e contribuem para a construção de representações compartilhadas. Essas representações – sociais – são elaboradas na interação dos indivíduos nas negociações e trocas simbólicas estabelecidas em comum pela comunicação verbal direta, e o papel dessa troca dialógica tem como resultado a transmissão recíproca

²⁴ Segundo Schiele e Boucher (2001), os saberes sobre um objeto são disponibilizados por três principais modos: através da mídia científica – ou especializada – das mídias de massa, e do senso comum, esse último referente àqueles que circulam livremente nas várias instâncias da sociedade. Nesta pesquisa, as informações associadas ao objeto "chefe de cozinha" colhidas no trabalho de campo foram organizadas da seguinte forma, respectivamente: as advindas de tradições familiares, eventos e publicações especializadas sobre gastronomia, circunscritas à esfera da mídia científica; as advindas de demais eventos – exposições, apresentações, programas de televisão, etc. – e de publicações não especializadas, pertinentes à esfera das mídias de massa; e as opiniões de amigos e familiares à esfera do senso comum.

de informações, a mútua construção de saberes, a expressão de acordos, divergências ou interpretações em torno do objeto representado, possibilitando significações e ressignificações consensuais.

A trans-subjetividade é a instância que acolhe informações advindas tanto das esferas subjetiva quanto da intersubjetiva para elaborar as representações sociais. Pertence ao espaço social público, no qual circulam informações e representações diluídas oriundas de diversas fontes – principalmente dos meios de comunicação de massa e das estruturas de poder – onde os atores sociais estão mergulhados e as assimilam por pressão. Segundo Chartier (1989, *apud* JODELET, 2001, p. 64)

[...] compreende as normas e valores que caracterizam uma cultura, os modos de pensar e atuar, assim como as mentalidades tomadas pelos historiadores como sistemas de representações que orientam as práticas comuns, que asseguram o vínculo social e a identidade coletiva.

Essas três instâncias se entrecruzam e se combinam para elaborar as representações sociais de objetos que têm significativa relevância para indivíduos e grupos, em situações concretas de vida. Nessas situações, apesar de indivíduos e grupos possuírem a capacidade de escolher ou rejeitar informações que usarão ou não para elaborar a representação do objeto, não se pode menosprezar a força das pressões exercidas pelos meios de comunicação de massa e das estruturas de poder que, pela força da informação recorrente, podem convencer e até mesmo condicionar, como mostra Arendt (1983; *apud* JODELET, p. 43): “Os homens são seres condicionados, visto que tudo aquilo com que eles entram em contato recorrente torna-se, imediatamente, em condição de sua existência.” É assim, sob esse enfoque, que a Teoria das Representações Sociais dá suporte ao presente trabalho.

Moscovici (1978, p. 26), seu primeiro codificador, afirma ser a representação social "uma modalidade de conhecimento particular, que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos". Trata-se de uma modalidade particular porque só é uma representação social o conhecimento advindo do senso comum, isso é, aquele que é elaborado socialmente na vida cotidiana, e que tem por função interpretar a realidade para agir sobre ela. Nesse sentido, a representação social, além de modelar as condutas, também justifica a expressão destas na sociedade: prepara a ação, conduz o comportamento e

interfere no ambiente onde ocorrem. Quanto à comunicação, seu papel é o de constituir-se em instrumento por meio do qual os grupos apreendem os modos de se envolver e se relacionar com um determinado objeto para o qual atribuíram sentido, mediado pela linguagem.

A noção acima foi aplicada no campo onde ocorre a representação – o curso de formação em gastronomia da Faculdade Estácio de Sá do Rio de Janeiro – e a precisão do conceito pôde se confirmar na prática, isso é, nos modos de se comunicar e comportar dos que buscaram essa formação – candidatos e alunos – conforme anteriormente mencionado. Desde que introjetaram as informações sobre a figura do *chef* (subjetivação), atribuíram-lhe significado (alienação) e o elegeram como objeto (reificação), suas ações, comunicações e modos de envolvimento com este (objetivação) passaram a ser orientados pela representação dele constituída. Todo esse processo teve origem no plano individual, iniciando com a subjetivação e a alienação, e em seguida transferido para o plano grupal, com a objetivação e a ancoragem. O resultado foi o conhecimento emerso do senso comum, e que por assim ser, pôde ser considerado uma representação social.

Esse processo permitiu integrar as experiências individuais de cada sujeito às normas e valores do grupo social do qual se aproximaram para fazer parte, movido pela mesma pela afinidade que seus integrantes tiveram em relação ao objeto. Essa afinidade adveio do senso comum, isso é, das informações que circulam no bojo social a partir das quais se atribuiu sentido ao objeto pelos integrantes do grupo. Assim, aquele que buscou a formação em gastronomia, o fez por que atribuiu previamente um significado ao objeto *chef*, e a partir desse significado o constituiu representativamente. Em seguida, estabeleceu relações entre esse objeto e os valores e práticas compartilhadas pelos membros do grupo – o dos que também buscaram essa formação – e nele se inseriram, tornando-se parte dele – tornando-se alunos. Nesta pesquisa, este grupo institucional foi tomado como grupo de pertença: o dos candidatos ao e alunos do curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia da Faculdade Estácio de Sá do Rio de Janeiro.

Contudo, a representação de um objeto não é estática. Pode transformar-se conforme a dinâmica dos significados que sistematicamente lhe são atribuídos pelo grupo. Significa dizer que, do ponto de vista cognitivo, novos valores, crenças e imagens podem ser incorporados aos modelos explicativos anteriormente familiarizados. Moscovici (2003) afirma que as representações sociais encontram-se em um referencial de pensamento preexistente, e, por isso dependem, para se constituir, de um sistema prévio de crenças,

valores e imagens. Mas esses podem se modificar, tanto pela re-significação dos elementos já existentes na sua estrutura, como pela incorporação de novos elementos (ABRIC, 1996) – esses últimos, desde que devidamente ancorados, isso é, admitidos no universo consensual do grupo.

Assim, a representação social possui uma natureza tanto mutante como de familiarização. Essa dinâmica de significações e re-significações dos elementos que estruturam a representação ocorre por meio do discurso – meio pelo qual objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos – e é, sobretudo, necessária, pois responde a uma dupla condição de existência da representação: a do objeto representado, e a do grupo para o qual ele possui significado.

Nessa perspectiva, pode-se perceber outra natureza da representação: a de ser produto e processo de uma atividade mental pela qual um indivíduo, ou um grupo, se confronta com o real (objeto) e lhe atribui uma significação específica (ABRIC, 1994). Essa natureza pode ser compreendida no campo de constituição da representação de que trata esta pesquisa, tanto pelo "processo" como pelo "produto". Moscovici (1978) enfatiza a função da representação de contribuir para a formação de condutas e orientação das comunicações sociais. Do mesmo modo, Jodelet (1989) afirma ser a representação uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social. De modo prático, ao focarmos o processo de constituição do objeto *chef* por aqueles que buscam dele se assemelhar, pudemos perceber que, antes de se tornarem alunos, esses sujeitos candidatos já traziam uma opinião sobre o objeto – que ainda não era uma representação, mas logo se tornaria – pois é a partir da opinião individual que inicia a contribuição para a formação de condutas e orientação das comunicações em sociedade. Além disso, o fato de buscarem a formação caracterizou uma objetivação, ou seja, a transformação de uma idéia em um ato concreto. Significa dizer que, o instante "processo" é aquele momento situado entre a idéia e a objetivação; isso é, o momento entre a ocorrência da idéia "desejo ser *chef*" e o ato concreto "matricular-se num curso de formação em gastronomia para sê-lo." Após se tornarem alunos, ou seja, após o ato concreto (objetivação), as comunicações e condutas passaram a ser orientadas pela representação no âmbito grupal – isso é, como "produto" do senso comum – pois assim pôde ser considerada em função do conhecimento sobre o objeto já ter sido admitido no universo consensual do grupo (ancorado) e, portanto, a representação já existir como produto elaborado.

Se o conhecimento acerca do objeto pôde ser obtido através de matérias veiculadas pela mídia de massa – dentre outros meios – foi plausível deduzir que a

dimensão "informação" pôde pôr à mostra uma atividade cognitiva sobre o fenômeno representacional explicada por duas hipóteses aventadas por Moscovici (2003), ao justificar as propriedades das representações sociais:

- a desejabilidade, (desejo de, aspiração a) segundo a qual pessoas ou grupos constroem crenças que se configuram em imagens resultantes de distorções da realidade – ou de difrações do real (SHIELE; BOUCHER, 2001) – em função daquilo que desejam possuir (no caso, os dotes profissionais do objeto), ou que aspiram ser (o próprio objeto);
- o controle, que diz respeito às representações criadas pelos grupos através de conversas informais para absorver informações vindas do ambiente midiático. Com isso, direciona-se o pensar dos indivíduos e as informações absorvidas constituem-se numa distorção ou difração – ou até mesmo manipulação – da realidade.

É nessa perspectiva que se pôde admitir que as informações acerca do objeto obtidas no mundo midiático de massa, ou obtidas no nível da informalidade – conversas com amigos, familiares, etc. – podem desconsiderar aspectos importantes que envolvem a prática profissional fundada no cotidiano.

Metodologicamente, os sujeitos da pesquisa estiveram divididos em dois grupos institucionais tomados como grupos de pertença: candidatos e alunos. Ambos formaram um conjunto de pessoas que se relacionaram voluntariamente no âmbito da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro para alcançar os mesmos objetivos e compartilhar dos mesmos interesses, e tiveram como paradigma o grupo de referência constituído pelos chefes de cozinha. Seus membros possuíam características comuns e frequentes: expressões de linguagem, condutas, opiniões, crenças, reações, etc. e geralmente representavam um mesmo objeto dando significações semelhantes aos seus elementos constituintes. Nesses grupos institucionais – aqui considerados como de pertença – existiu contato e relação constante entre os indivíduos; intercâmbio de opiniões, valores e o compartilhamento de preferências (MADEIRA, 1998). Já o grupo de referência foi aquele que serviu como fonte de opiniões, crenças, hábitos e valores, etc. para o grupo institucional.

Representações sociais são sistemas interpretativos e saberes práticos que regem relações sociais, organizando comunicações e condutas. Integram valores atribuídos e apropriados para os objetos pelos sujeitos individuais e grupais, vinculando-os à dinâmica cultural à qual estão submetidos. Esses processos de atribuição e apropriação de valores são construções psicossociais que se integram

às linguagens e histórias individuais e grupais, organizando suas ações e comunicações (MADEIRA, 1998). É nessa perspectiva que ambos grupos institucionais – candidatos e alunos – independentemente da relação que tiveram com a realidade profissional, puderam se apresentar submetidos à mesma cultura ditada pela mídia de massa, e é a partir dela que puderam construir a imagem do objeto e eleger o grupo de referência – o dos *chefs* – ao qual ainda não pertenciam, mas gostariam de pertencer ou assemelhar-se àqueles que a ele já pertenciam, e que puderam recorrentemente tomar como modelo quando emitiam seus juízos e crenças.

A Teoria das Representações Sociais contribui para o conhecimento do processo educacional e do ato pedagógico através do discurso, circunscrevendo ou delimitando objetos de pesquisa. Nesse sentido, o objeto pesquisado – chefe de cozinha – foi constituído por dois tipos de agentes: um genérico, que construiu para o objeto uma imagem em função de informações propagadas pelos meios de comunicação de massa – ou oriundas do senso comum, também submetidas às pressões dessas mídias – e outro concreto, que formou para o objeto uma imagem construída pela mídia especializada ou na realidade do exercício profissional (MADEIRA, 1998; SÁ, 1998). Por isso, a divisão dos sujeitos da pesquisa em dois grupos institucionais – candidatos e alunos. Suas possíveis condições de ainda não profissionais, e de já profissionais, puderam servir de contraste entre as representações de sujeitos que ainda desconheciam a realidade do objeto, e de sujeitos que já conheciam essa realidade. Esse contraste serviu para indicar em quais aspectos o efetivo exercício

profissional alterou significativamente a representação do objeto.

Para tratamento e análise dos dados foi utilizada a Técnica de Análise de Conteúdo Categorical que, conforme elucida Bardin (2002), baseia-se em operações de desmembramento de textos em unidades²⁵ para, primeiramente, organizá-los em núcleos de sentido, e posteriormente reagrupá-los em categorias de análise. Trata-se de um instrumento de pesquisa empregado para determinar a presença de palavras e expressões inseridas em um texto – ou num conjunto de textos e das relações entre eles – que formam unidades de sentido que, agrupadas em categorias, permitem fazer inferências sobre as mensagens. Ainda de acordo com Bardin (2002, p. 119),

[...] a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (metáfora e metonímia).

Assim, a aplicação da Técnica de Análise de Conteúdo Categorical foi alcançada por meio do desmembramento dos conteúdos das entrevistas em frases – que formaram as unidades de contexto – e, num nível menor, em palavras e expressões – que formaram as unidades de registro – e depois em núcleos de sentido e categorias, segundo agrupamentos por metáforas e metonímias. Segundo Bardin (2002), trata-se de um processo estruturalista que classifica as unidades de registro segundo o significado que cada uma delas têm em comum. Ou seja, as categorias são rubricas que reúnem palavras e expressões – unidades de registro – sob um título específico, de acordo com o sentido que apresentam em comum. Trata-se, portanto, de uma técnica que não se restringe à simples descrição de conteúdos, mas que possibilita inferir sobre eles – inferência essa que pode basear-se em indicadores quantitativos (por incidência), qualitativos (por núcleos de sentido formados a partir de metáforas e metonímias recorrentes), ou em ambos, como nesta pesquisa.

As categorias de análise foram pós-definidas, isso é, determinadas a partir de uma revisão prévia das entrevistas para identificar e destacar as unidades de contexto e de registro, conforme pode ser observado no item 4.1.2 e subitens. Esse

²⁵ Unidade de registro é o menor recorte semântico que se extrai do texto – nessa pesquisa, as palavras e expressões portadoras de sentido estão sublinhadas nas frases. Já a unidade de contexto – a frase – faz compreender a unidade de registro.

método foi proposto por Moscovici (1968), e nomeado de "procedimento aberto ou exploratório." De acordo com Ghiglione & Matalon (1997, p. 210),

Os procedimentos abertos ou exploratórios são aqueles que não fazem intervir "categorias pré-definidas", tendo por isso um caráter puramente exploratório [...] e os resultados são devidos unicamente à metodologia de análise, estando isenta de qualquer referência a um quadro teórico pré-estabelecido.

Desse modo, as análises foram processadas pela combinação de dois tipos de critério: um, quantitativo, baseado em percentuais de incidências divididos por grupos de sujeitos; e outro, qualitativo, baseado em inferências extraídas dos núcleos de sentido (unidades de contexto e de registro), também divididos por grupos de sujeitos e organizados em categorias pós-definidas. A opção por combinar ambos critérios se deveu, respectivamente, tanto para identificar possíveis predominâncias e oferecer elementos de contraste (quantitativos), como para atender aos objetivos da pesquisa e à hipótese alegada (qualitativos). Entretanto, na interpretação dos resultados prevalece as deduções extraídas dos núcleos de sentido.

A pesquisa possuiu um objetivo principal e um secundário, e apresentou uma hipótese. O objetivo principal foi conhecer a representação do objeto "chefe de cozinha" elaborada por candidatos e alunos de um curso de gastronomia. A hipótese alegada foi de que essa representação se constitui predominantemente a partir de informações veiculadas pelas mídias de massa, e para confirmá-la ou infirmá-la foi preciso estabelecer um objetivo secundário que é conhecer as origens e quantificar as incidências dessas informações.

Para atender aos objetivos principal e secundário foram estabelecidos dois grupos distintos de categorias de análise,²⁶ pós-definidos com base nos núcleos de sentido identificados após a revisão das entrevistas, além de tabelas de percentuais usadas como instrumento analítico suplementar para verificação da hipótese.

3.1 – A CONSTRUÇÃO DO OBJETO

²⁶ Classificação dos elementos (unidades de registro) de um conjunto em títulos genéricos (núcleos de sentido), de acordo com os caracteres comuns apresentados por esses elementos (BARDIN, 2002).

Para os que pretendem ingressar profissionalmente na área da gastronomia – ou apenas desejam adquirir conhecimentos – o caminho natural são os cursos de formação. E essa busca ocorre, tanto a partir da satisfação de desejos pessoais ou profissionais, como também a partir de crenças e valores introjetados por diversas maneiras – tradição, conversas em sociedade, informações veiculadas na mídia de massa, ou na mídia especializada²⁷ – que por vezes podem apresentar o universo da alta gastronomia como sinônimo de charme, sofisticação e fácil empregabilidade, fazendo com que esses atrativos se tornem os principais geradores dessa demanda e até fatores decisivos de permanência nos cursos. Assim, a qualidade das informações obtidas sobre o universo gastronômico e sobre a profissão de chefe de cozinha irá influenciar, decisivamente:

- os sentidos que serão atribuídos ao objeto;
- a relação que o sujeito estabelecerá com o objeto;
- as comunicações e condutas dos que buscam essa formação.

Crenças, valores, imagens e desejos circundam a profissão de chefe de cozinha, diferenciando-se conforme os sentidos que lhes são atribuídos pelos indivíduos e grupos. Mas, conforme foi dito, essas significações são antes constituídas no imaginário individual e grupal, e isso ocorre com base em informações colhidas anteriormente nas tradições familiares, nos livros, nos filmes, nas conversas com amigos, em palestras, seminários, em pesquisas, nos jornais, nas revistas, na televisão, na *internet* e no senso comum. É a partir das informações relacionadas a um objeto que um sujeito pode atribuir-lhe significado. Assim, o objeto "chefe de cozinha" passou a existir para um sujeito candidato ou aluno quando esses lhes atribuíram significado por meio das informações a ele relacionadas.

Contudo, já como vimos anteriormente, a qualidade das informações pode variar conforme o tipo de veículo em que são disponibilizadas e o tipo de vínculo mantido com o objeto. Essas informações conduzem expressões lingüísticas, comportamentais e opinativas emitidas por "autoridades no assunto", ou por "*chefs* famosos e bem sucedidos" que, ao projetarem um modelo a ser seguido, criam para ele uma imagem idealizada devido ao fato de estarem mais comprometidos com a venda de produtos e modismos do que com a sua realidade profissional.

²⁷ Entrevistas prévias realizadas com candidatos ao e alunos do curso pesquisado mostraram que essas são as principais fontes de informação sobre a área.

Sabe-se que o percurso a ser cumprido por quem tem na cozinha profissional o seu objetivo requer, além de talento, curiosidade e sensibilidade artísticas, estudo, dedicação e capacidade de cumprir longas jornadas de trabalho. Alguns, entretanto, ao se depararem com esses quesitos, não permanecem. Outros, logo que iniciam o curso e vestem o uniforme e a touca branca, passam a se comunicar por meio de jargões próprios dos *chefs* e a comportar-se de modo um tanto afetado. Outros, ainda, passam a se apresentar às pessoas como "*chefs*", mandando inclusive confeccionar cartões de visita e bordar seus nomes com esse título em seus uniformes. Esse tipo de conduta – característica de alunos calouros – indica a origem da informação da qual foi gerado o sentido atribuído ao objeto. Ao adquirir na mídia de massa dados sobre o "chefe de cozinha," a este é atribuído um significado com base nessas informações; daí elegerem-no como paradigma, e dele buscarem assemelhar-se, reproduzindo seus sinais de referência.²⁸

Esse é o meio mais usado pelo grupo institucional (de pertença) para aproximar-se do grupo de referência ao qual desejam integrar-se – o dos chefes de cozinha famosos e bem sucedidos – embora dele não façam parte. A esse processo dá-se o nome de alienação.²⁹ Quando o sujeito – que neste caso é o candidato ou o aluno – atribui sentido ao objeto, a reprodução dos sinais de referência é a primeira expressão da objetivação. Indica que o objeto já possui um sentido para esse sujeito, e que as características atribuídas ao objeto – mesmo que atenuadas e ainda distantes da sua realidade pessoal ou profissional – se tornaram uma realidade objetiva para esse sujeito, pois já reproduz na realidade cotidiana os sinais que para ele caracterizam o objeto, e que serão usados para elaborar a sua representação.

Para os sujeitos que trazem um sentido concedido ao objeto a partir de tradições familiares – e não de informações oriundas dos meios de comunicação de massa ou do senso comum – o conceito de reificação³⁰ (do objeto) é mais bem

²⁸ Sinais (ou indicadores) de referência são expressões lingüísticas, comportamentais ou opinativas emitidas por indivíduos que tomam um determinado grupo como modelo (grupo de referência) e dele desejam fazer parte, emitindo juízos, crenças e conduzindo-se como se fossem membros desse grupo. Sinais (ou indicadores) de pertença são expressões lingüísticas, comportamentais, características ou opinativas capazes de determinar a pertinência de um sujeito a um determinado grupo, classe ou categoria. (MADEIRA, 1998)

²⁹ Alienação é o processo de tornar-se outro, no qual se constitui e reconstitui os significados para se adequar ao grupo ao qual se quer pertencer (MAZZOTTI, 2007).

³⁰ Reificar origina-se de "res" (coisa); logo, é o mesmo que "coisificar"; tornar coisa algo que é abstrato (MAZZOTTI, 2007). Nesse projeto significa o momento em que um objeto adquire sentido para um sujeito, na sua realidade cotidiana. O momento da reificação é aquele em que a característica de ser de uma "coisa" (objeto) se torna realidade objetiva para alguém (BERGER; LUCKMANN, 2002).

atribuído, pois nesse caso já existe uma realidade objetiva relacionada ao “chefe de cozinha” acontecendo no cotidiano familiar desses sujeitos (MADEIRA, 1998; SÁ, 1998).

A disseminação do conhecimento gastronômico e as atitudes decorrentes da apropriação desse saber podem ser compreendidas a partir dos referentes que a seu respeito circulam no *mundo midiático de massa*³¹ (SHIELE, BOUCHER, 2001). Esse *mundo* é uma dimensão propositalmente construída para disponibilizar interpretações sobre o mundo representado. Apoia-se na forma midiática para disseminar, no *mundo mundano* – senso comum – informações de sua própria conveniência, seja concorrendo diretamente com interpretações provenientes do *mundo do especialista*, seja interpelando as intenções didáticas provindas do *mundo da aula*. Geralmente, os referentes disponibilizados no *mundo midiático de massa* – para mais facilmente serem aceitos – são apresentados por alguém conhecido do público – um artista, um desportista, um *chef* famoso, etc. – que assume o papel de consumidor avisado ou de "autoridade no assunto", a fim de lhes dar força persuasiva.

Portanto, é também desse modo que o público pode se apropriar da gastronomia: a partir de uma impressão da realidade, constrói uma opinião – idealizada – e com base nela age sobre a realidade. E é isso que se pode perceber naqueles que procuram essa formação: a busca por um objeto construído com base em impressões, não em realidades. Mas que representação têm desse objeto, e de onde provêm as informações que usam para construí-la?

3.2 – METODOLOGIA

A pesquisa se caracterizou por uma natureza exploratória, com abordagens quantitativa e qualitativa, desenvolvidas a partir de uma perspectiva construtivista (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2004). Procurou conhecer a representação do objeto “chefe de cozinha” construída por candidatos e alunos de um curso de gastronomia, e a

³¹ Segundo esses autores, as relações com o mundo representado podem ser interpretadas por intermédio de três instâncias: a do *mundo mundano*, ou senso comum – que apresenta uma "impressão da realidade" – a do *mundo do especialista* – que é apresentada a partir de análises anteriores – e a do *mundo da aula*, que orienta o olhar por meio de operações e interações didáticas que visam um resultado. O *mundo midiático de massa* é produto de uma estratégia publicitária que utiliza essas instâncias da seguinte forma: constrói informações a partir de interpretações tendenciosas e as apresenta como provenientes do *mundo do especialista*, e as repassa por meio de mensagens diretamente endereçadas, tal como acontece no *mundo da aula*. Assim, cria uma "impressão da realidade" – típica do *mundo mundano* – e a veicula como sendo legítima. Os autores nomeiam esse processo de *difração do real*.

origem e a frequência das informações usadas para construí-la, a partir da hipótese de que tal representação possa ter sido construída, em maior parte, por meio de informações veiculadas diretamente pelas mídias de massa ou aleatoriamente dispostas no senso comum. O campo de investigação foi o curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia oferecido pelo Instituto Politécnico Universitário Estácio de Sá do Rio de Janeiro, atualmente (2008) ministrado em 2 *campi*: Centro IV – localizado na região central da cidade – e Tom Jobim, situado no bairro da Barra da Tijuca. Os sujeitos entrevistados foram os candidatos ao (N = 16) e alunos do curso (N = 71), com amostragem na proporção de 10% do total de 863 pessoas, definida sob o critério da redundância.

Os dados foram levantados por meio de um questionário contendo perguntas objetivas e subjetivas. As primeiras foram do tipo múltipla escolha, elaboradas para separar, inicialmente, os entrevistados por categorias de sujeitos da pesquisa – candidatos e alunos – sendo essa última dividida em 5 subcategorias correspondentes a cada período em curso, do 1º ao 5º. Em seguida, por meio das demais questões objetivas procurou-se identificar, quantitativamente, os sujeitos por idade, sexo, período em curso e formação ou profissão anterior, com o objetivo de detectar possíveis predominâncias.

As questões subjetivas seguintes foram preparadas para conhecer qualitativamente as expectativas dos sujeitos em relação à profissão e ao tipo de atuação desejada nos diversos segmentos gastronômicos. Procurou-se também identificar o nível de envolvimento que os sujeitos têm com o próprio objeto, e se esse aspecto motivou a escolha pela formação em gastronomia. Ainda sob esse mesmo critério, procurou-se conhecer as opiniões de terceiros sobre a decisão de cursar esse tipo de formação e as origens das informações obtidas a respeito da gastronomia e dos profissionais que nela atuam – programas de televisão, revistas, jornais, livros, filmes ou outros meios – com o objetivo de identificar a procedência e a frequência dos informes sobre a temática gastronômica e seus atores, que motivaram a escolha por essa formação. As categorias usadas para ordenar a origem dessas informações estão descritas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS ORIGENS E FREQUÊNCIAS DAS INFORMAÇÕES QUE MOTIVARAM A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA (Anexo 3).

Finalmente, foram apresentadas questões indutoras do discurso, formatadas para identificar, por meio de metáforas e metonímias, as imagens associadas ao objeto. Para essa finalidade foi usada a estratégia da evocação, baseada nas seguintes perguntas indutoras:

- se você tivesse que associar a imagem do chefe de cozinha a um objeto, qual seria

ele?

- se você tivesse que associar a imagem do chefe de cozinha a uma outra profissão, qual seria ela?

Por meio dessas questões indutoras foi possível verificar como os sujeitos apreenderam, a partir de realidades vivenciadas ou idealizadas, suas percepções a respeito do objeto e extrair os elementos usados para elaborar a sua representação.

As respostas foram obtidas por meio de associação livre,³² com destaque para palavras e expressões portadoras de sentido (unidades de registro) recorrentemente usadas para definir "chefe de cozinha" – ou associadas à sua imagem – que depois de classificadas por assemelhação se constituíram em categorias de análise, descritas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS QUESTÕES INDUTORAS DE METÁFORAS E METONÍMIAS USADAS PARA DEFINIR O OBJETO REPRESENTADO (Anexo 4).

Os dados foram coletados através de um FORMULÁRIO DE ENTREVISTA (Anexo 1) contendo perguntas objetivas e indutoras de metáforas e metonímias, explicadas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA (Anexo 2). Os dados procedentes das questões objetivas foram analisados quantitativamente por incidência, e os oriundos das questões subjetivas analisados qualitativamente – por inferência – por meio da Técnica de Análise de Conteúdo. A opção por esse método de análise deveu-se ao fato de tratar-se de um instrumento de pesquisa empregado para identificar palavras ou expressões inseridas num texto – ou num conjunto de textos – que possuem um significado comum, com a finalidade de fazer inferências sobre as mensagens contidas no texto (BARDIN, 2002).

Esses critérios foram adotados com o objetivo principal de conhecer a representação do objeto *chef de cuisine* elaborada pelos sujeitos candidatos e alunos de um curso de gastronomia, e também identificar as origens e frequências dessas informações que circulam na interação das três esferas de pertencimento das representações: subjetiva, intersubjetiva e trans-subjetiva (JODELET, 2007). Assim, para atender ao objetivo principal foram estabelecidas 8 categorias de análise (Anexo 4), e para o objetivo secundário e a hipótese 4 categorias de análise (Anexo 3) – ambas definidas a partir dos núcleos de sentido identificados após a

³² Técnica que permite ao entrevistado expor livremente suas opiniões sobre o objeto, a partir de suas próprias informações e experiências.

revisão das entrevistas – além das tabelas de percentuais (item 4.1.1 e subitens) usadas como instrumento analítico complementar.

4 – A PESQUISA

Neste capítulo estão apresentados os resultados das entrevistas realizadas com os sujeitos da pesquisa, conforme as questões propostas através do FORMULÁRIO DE ENTREVISTA (Anexo 1). Os sujeitos entrevistados estão divididos nas categorias “candidatos” e “alunos”, sendo essa última dividida em 5 subcategorias, de acordo com o período em curso, do 1º ao 5º. A amostra foi definida em torno de 10% do total de candidatos ao (160 / 16) e alunos (703 / 71) do curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia do Centro Politécnico Superior da Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro, segundo o critério da redundância.³³ Ao todo, foram entrevistadas 87 pessoas, assim distribuídas: candidatos: 16; alunos do 1º período: 16; alunos do 2º período: 15; alunos do 3º período: 14; alunos do 4º período: 13; alunos 5º período: 13

A pesquisa tem uma abordagem quantitativa e qualitativa, e na tabulação dos dados quantitativos foram usadas tabelas próprias para cada questão, para uma melhor visualização das possíveis predominâncias. As respostas às questões objetivas que se referem às faixas de idade, sexo, formação ou profissão anterior, o que se pensa encontrar na vida profissional, e expectativa de ingresso no mercado de trabalho foram quantificadas e transformadas em percentuais por categoria. As questões combinadas – objetivas e subjetivas – que se referem às influências de programas de televisão, revistas, jornais, livros e filmes na escolha pela formação em gastronomia estão apresentadas – tanto em percentuais como em relatos verbais por categoria – em tabelas separadas, que se complementam para o cruzamento e análise dos dados quantitativos e qualitativos. As demais questões somente subjetivas – indutoras do discurso – estão agrupadas por categorias de sujeito e categorias de respostas. Nessas, as palavras e expressões possuidoras de sentido estão sublinhadas (unidades de registro), para melhor destaque das incidências e semelhanças.

³³ Modelo de tabulação de dados que considera válida uma determinada quantidade utilizada como amostra, conforme a semelhança recorrente entre as respostas.

Para a análise dos resultados, os dados quantitativos foram usados na verificação das predominâncias de cada quesito objetivo, e os qualitativos na interpretação de palavras e expressões que corresponderam às unidades de sentido previamente determinadas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA (Anexo 2).

Os comentários do último capítulo combinam os resultados quantitativos e qualitativos com observações e percepções pessoais extraídas ao longo dos 8 anos de percurso profissional da autora, e concluem a pesquisa.

4.1 – RESULTADOS

A seguir, estão relacionadas as informações obtidas com as entrevistas. Os dados numéricos estão tabulados em percentuais, e os discursivos em palavras e frases, sendo ambos os modos ordenados dentre as 6 categorias de sujeitos pesquisados. Os totais foram obtidos por média simples – produto da soma dos valores percentuais por categoria, dividido pela quantidade de categorias – à razão de 1 / 6. As dízimas periódicas e decimais superiores a dois dígitos foram arredondados para mais.

Palavras e frases que formaram unidades de registro – estão sublinhadas – foram reunidas em núcleos de sentido, ordenados dentre as categorias de sujeitos pesquisados com seus respectivos percentuais de incidência. Esses núcleos de sentido indicaram os elementos constituintes da representação do objeto, e também foram usados para definir as categorias de análise. Foram adotados 2 grupos de categorias de análise: um, usado para atender ao objetivo principal da pesquisa – conhecer a representação social de chefe de cozinha, elaborada por candidatos e alunos de um curso de gastronomia – composto pelas categorias Poder (Autoridade), Conhecimento (Sabedoria), Destreza, Arte, Tradição, Requite, Administração e Trabalho Árduo, descritas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS QUESTÕES INDUTORAS DE METÁFORAS E METONÍMIAS USADAS PARA DEFINIR O OBJETO REPRESENTADO (Anexo 4), e mais um, usado para atender ao objetivo secundário e à hipótese – conhecer a origem e a frequência das informações usadas para elaborar a representação do objeto, e confirmar / infirmar se tais informações provieram, na sua maior parte, de

veículos de comunicação de massa – composto pelas categorias Social, Pessoal, Profissional e Midiático, descritas no QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS ORIGENS E FREQUÊNCIAS DAS INFORMAÇÕES QUE MOTIVARAM A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA (Anexo 3).

As inferências se basearam na apreensão dos sentidos expressos pelas metáforas e metonímias associadas ao objeto – ou usadas para defini-lo – bem como nas suas justificativas, recorrências e co-ocorrências. O mesmo princípio foi adotado para apreciar a proveniência dos informes que motivaram a escolha pela formação em gastronomia. A combinação de ambos critérios se mostrou eficaz para pôr à mostra os elementos representacionais nucleares e periféricos do objeto "*chef de cuisine*".

4.1.1 – TABELAS DE PERCENTUAIS DE INCIDÊNCIAS

4.1.1.1 – SE HOUE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA POR INFLUÊNCIA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
SIM	12,5	56,25	---	28,6	30,8	21,4	24,93
NÃO	87,5	43,75	100,0	71,4	69,2	78,6	75,08

PROGRAMAS DE TELEVISÃO CITADOS

CANDIDATOS: Receitas de Oliver.

1º PERÍODO: Mais Você, Canal Universitário, Chef em Domicílio, Jamie Oliver, Ina Garten, Giada d'Laurents, Nigela, Anthony Bourdain, Receita Minuto, diversos.

2º PERÍODO:

3º PERÍODO: Jamie Olivier, Mais Você, Receita Minuto, Mesa Para Dois, diversos.

4º PERÍODO: Truques de Oliver, Mesa Para Dois, Mais Você, Receitas de Nigella, Top Chef.

5º PERÍODO: Jamie Olivier, Menu Confiança, todos os do canal GNT.

4.1.1.2 – SE HOUE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA POR INFLUÊNCIA DE MATÉRIAS PUBLICADAS EM REVISTAS

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
SIM	31,3	31,25	6,67	28,6	38,5	21,4	26,29
NÃO	68,8	68,75	93,33	71,4	61,5	78,6	73,73

REVISTAS CITADAS

CANDIDATOS: Mesa, Claudia Cozinha, Gula, Wine Spectator, Gourmet, Domingo (O Globo).

1º PERÍODO: Gula, Veja, Gastronomia e Arte, Alta Gastronomia, diversas.

2º PERÍODO: Gula.

3º PERÍODO: Gula, Veja Rio, Prazeres da Mesa, diversas.

4º PERÍODO: Gula, Rio Show, Prazeres da Mesa.

5º PERÍODO: Veja Rio, Gula, Prazeres da Mesa.

4.1.1.3 – SE HOUE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA POR INFLUÊNCIA DE MATÉRIAS PUBLICADAS EM JORNAIS

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
SIM	31,3	31,25	---	21,4	15,4	7,7	17,85
NÃO	68,8	68,75	100,0	78,6	84,6	92,3	82,18

JORNAIS CITADOS

CANDIDATOS: O Globo, Extra.

1º PERÍODO: O Globo, diversos.

2º PERÍODO:

3º PERÍODO: O Globo, O Fluminense, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo.

4º PERÍODO: O Globo, Jornal do Brasil.

5º PERÍODO: O Globo.

4.1.1.4 – SE HOUE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA POR INFLUÊNCIA DE LIVROS ESPECIALIZADOS NO TEMA

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
SIM	43,8	31,25	20,0	35,7	23,1	---	25,65
NÃO	56,2	68,75	80,0	64,3	76,9	100,0	74,36

LIVROS CITADOS

CANDIDATOS: Charlô, Escoffianas Brasileiras, Alex Atala, Culinária do Alentejo, livros de receitas de família, diversos.

1º PERÍODO: Diversos.

2º PERÍODO: Maria Thereza Weiss, Cordon Bleu.

3º PERÍODO: Cordon Bleu, O homem que Comeu Quase Tudo, livros sobre confeitarias, livros sobre chocolates, diversos.

4º PERÍODO: Larousse de Vin, Carlota, Estrelas no Céu da Boca.

5º PERÍODO:

4.1.1.5 – SE HOUE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA POR INFLUÊNCIA DE FILMES

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
SIM	43,8	31,25	---	35,7	15,4	21,4	24,60
NÃO	56,2	68,75	100,0	64,3	84,6	78,6	75,41

FILMES CITADOS

CANDIDATOS: Simplesmente Martha, Vatel – Um Banquete para o Rei, A Festa de Babette, Sem Reservas.

1º PERÍODO: A Festa de Babette, Sem Reservas, diversos.

2º PERÍODO:

3º PERÍODO: Uma Receita para a Máfia, Estômago, Como Água para Chocolate, A Festa de Babette, Ratatouille, Sem Reservas.

4º PERÍODO: La Grande Bouffe, Vatel – Um Banquete para o Rei, Sem Reservas.

5º PERÍODO: Tempero do Amor, A Festa de Babette.

4.1.1.6 – OPINIÃO DA FAMÍLIA SOBRE A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO OU EXERCÍCIO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
BOA	68,8	87,5	93,33	100,0	84,6	84,6	86,47
MÁ	31,2	12,5	6,67	---	15,4	15,4	13,53

4.1.1.7 – OPINIÃO DOS AMIGOS SOBRE A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO OU EXERCÍCIO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA

	CANDIDATOS	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO	4º PERÍODO	5º PERÍODO	TOTAIS
VALE A PENA	81,3	75,0	86,67	85,7	76,9	61,5	77,85
NÃO VALE A PENA	18,7	25,0	13,33	14,3	23,1	38,8	22,21

4.1.2 – RELAÇÕES DE INCIDÊNCIAS DE PALAVRAS E EXPRESSÕES PORTADORAS DE SENTIDO, POR CATEGORIAS SEMÂNTICA E SIMBÓLICA

4.1.2.1 – MOTIVO DE ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA QUE NÃO SEJA POR INFLUÊNCIA DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO, MATÉRIAS PUBLICADAS EM REVISTAS OU JORNAIS, LIVROS ESPECIALIZADOS NO TEMA OU FILMES

CANDIDATOS

Amigos meus que estudaram na área. (SOCIAL)

Sempre tive em mente fazer gastronomia desde a infância. (PESSOAL)

Não sei ao certo o que me influenciou, mas vejo e leio programas e artigos gastronômicos.

(MIDIÁTICO)

A amor pela arte da própria gastronomia. (PESSOAL)

O prazer de cozinhar, fazer pratos deliciosos, receber elogios e reunir pessoas. (PESSOAL)

Minha família (que são chefs). (SOCIAL)

Minha mãe sempre amou cozinhar e eu adorava observá-la. (SOCIAL)

Muitas viagens que me colocaram em contato com diversas culturas gastronômicas.

(MIDIÁTICO)

Fazia comida com minha mãe. Fazia jantares sábado à noite com a família. Criar um prato

novo a cada dia. Gosto de saborear uma comida boa. (SOCIAL, PESSOAL)

Habilidade natural, herdada da família. (SOCIAL)

O ardente desejo de atender a uma vaidade tão intimamente cultivada, traduzida em ser

esmerada na cozinha, aliado à compreensão de bem atender a uma necessidade física de

extrema importância, na medida que envolve saúde, alegria, consolo, prazer, mas sobretudo aproxima, reforça e conserva vínculos de amizade nos atos de receber

e comemorar. (PESSOAL)

Permito-me entender que alimentar-se deve sempre ser um ato de prazer!

Permito-me

entender muito mais, ainda que fundamentada em poucos e frugais conhecimentos pelo

que, desde já, registro a minha pequenez no assunto. Entendo que a gastronomia estaria

por indubitável, trazendo-me aprimoramento social, em idéias construtivas, mas igualmente alimentar-me-ia de estudos, cujos conhecimentos teóricos transmitidos são

forte e largamente definidos como uma grande arte – a arte de bem preparar excelentes

refeições e renovar. (PESSOAL)

Convite a viajar pelos sabores e pelas culturas do mundo! (MIDIÁTICO)

1º PERÍODO

Gosto do ambiente da cozinha; da correria. Cozinhar é como uma terapia para mim.

(PESSOAL)

Paixão de infância, desde 14 anos numa cozinha. Tenho pai chef. (PESSOAL, SOCIAL)

Tenho paixão por cozinhar desde pequeno. Sonho em me tornar um grande chefe de cozinha. Cozinhar é arte. (PESSOAL)

Sempre gostei de cozinhar e preparar pratos bacanas. (PESSOAL)

O meu gosto e aptidão para cozinhar veio da minha mãe. (SOCIAL)

A vida, a começar a fazer as coisas em casa. Conversando com quem já fez. (SOCIAL)

Experiência profissional em cozinha, contato com outros profissionais e proprietários de restaurantes. (PROFISSIONAL)

O contato com a gastronomia em casa, estar sempre fazendo pratos diferenciados do padrão. (SOCIAL)

Acredito que tenho vocação para a profissão. (PROFISSIONAL)

2º PERÍODO

Sempre quis trabalhar na área de alimentação, então escolhi gastronomia porque me dará

uma ótima base para que eu escolha, especificamente, o que farei.
(PROFISSIONAL)

Habilidade com as mãos, amor à arte, procura da arte mais completa, que para mim é a gastronomia, por mexer com todos os sentidos. Criatividade, vontade de criar e viajar.

(PESSOAL)

Minha paixão pela cozinha e por cozinhar. Uma amiga fez o curso e me mostrou que dava

para ganhar a vida fazendo o que mais amo. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

O gosto de cozinhar desde criança. (PESSOAL)

Sempre gostei muito de cozinhar e receber amigos em casa. (PESSOAL)

Minha experiência na França, onde morei. (PROFISSIONAL)

Pelo prazer de cozinhar. (PESSOAL)

Pelo prazer que tenho em cozinhar. (PESSOAL)

Meu próprio gosto pela gastronomia. (PESSOAL)

Minha paixão pela gastronomia. (PESSOAL)

Desde a infância observando as pessoas da família cozinhando, fazendo doces na fazenda

onde eu passava férias. (SOCIAL)

Porque eu gosto de ficar na cozinha inventando novos pratos. (PESSOAL)

Trabalhei durante 15 anos dando cursos de culinária em microondas em todo o Brasil, pela

Panasonic. Trabalhei durante 1 ano e meio no Shoptime preparando receitas em microondas. (PROFISSIONAL)

Gosto de gastronomia pelo simples fato de lidar com alimentos frescos, principalmente

com legumes, verduras e frutas. (PESSOAL)

3º PERÍODO

A paixão pela culinária desde pequeno e a desenvoltura na cozinha também.
(PESSOAL)

Pelo gosto que tenho e sempre tive sobre a área. Gosto de criar, modificar. Fazer pratos tradicionais. (PESSOAL)

Eu gosto de cozinhar e tinha o desejo de me aprofundar na área. (PESSOAL)

O rumo que minha vida estava tomando, fazendo alguns cursos no ramo.
(PROFISSIONAL)

Por gostar desde pequena de cozinhar. (PESSOAL)

O prazer de comer bem, a técnica e a arte de transformar ingredientes em pratos perfeitos.
(PESSOAL)

Prazer em cozinhar, experimentar receitas e até verificar que muitos restaurantes servem pratos piores do que os meus. (PESSOAL)

O que me fez optar foi o meu gosto pela cozinha e por tudo o que envolve a gastronomia.
(PESSOAL)

Minha aptidão e o fato de minha mãe cozinhar muito bem. Minha família é muito voltada à gastronomia. (SOCIAL)

Independente dos meios de comunicação, gosto muito de culinária. (MIDIÁTICA, PESSOAL)

Minha família é muito ligada à gastronomia; sempre tive influências. Quando comecei a ter contato com a alta gastronomia, resolvi que era o que eu queria. (SOCIAL)

4º PERÍODO

O que me fez optar foi gostar de cozinhar desde nova. (PESSOAL)

O restaurante do meu pai. Me encantei pela cozinha no momento em que pisei numa.

(SOCIAL)

O prazer de cozinhar e o desejo de aprender mais. (PESSOAL)

O restaurante que minha família possui e o meu interesse por pratos exóticos, desde

pequena, querendo executá-los na cozinha. (SOCIAL)

Sempre fui apaixonada pela gastronomia, desde criança. Possuo um restaurante e sempre

estive nesse meio da gastronomia que é lindo demais. (PESSOAL)

Gastronomia é uma paixão. (PESSOAL)

Tive grande influência de familiares que trabalham com gastronomia. (SOCIAL)

O que me influenciou foi o fato de que minha família tem um bufê e muita experiência

em cozinha. Desde cedo eu tenho amor pela gastronomia. (SOCIAL)

Sempre cozinhei com minha avó – que é a melhor cozinheira do mundo – e adorava servir

os meus quitutes para a família. Assim, desde criança, começou minha paixão.

(SOCIAL)

O prazer de cozinhar. Fui influenciada pela minha família. Minha mãe cozinha muito bem

e meu marido trabalha com restaurante – a família dele sempre teve restaurantes.

(SOCIAL)

5º PERÍODO

Sempre gostei de cozinhar. (PESSOAL)

Sempre gostei de cozinha. (PESSOAL)

O desejo de preparar um prato muito saboroso e abrir um negócio. (PESSOAL)

Um trabalho temporário fora do Brasil. (PROFISSIONAL)

O ponto de partida foi a minha “queda” pelo mundo da cozinha. (PESSOAL)

A paixão de minha família pela cozinha e os momentos em volta do fogão.
(SOCIAL)

Pelas preparações que vejo pessoas fazendo, acho uma obra de arte. (PESSOAL)

Tirando o filme, formei-me em outras profissões e nas minhas andanças pelo Brasil, a culinária regional me atraiu, e se eu não fizesse gastronomia seria um frustrado na vida.
(MIDIÁTICA)

O fato de eu gostar de ver a minha mãe cozinhando me fez ter interesse por esse curso.
(SOCIAL)

Glamour e realização. (PESSOAL)

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS – Motivo de escolha pela formação em gastronomia que não seja por influência de programas de televisão, matérias publicadas em revistas ou jornais, livros especializados no tema ou filmes.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	TOTAIS (87)	%
SOCIAL	5	4	1	2	6	2	20	23
PESSOAL	6	4	10	8	4	6	38	47
PROFISSIONAL	-	2	4	1	-	1	8	9,2
MIDIÁTICO	3	-	-	1	-	1	4	4,6
CO-OCORRÊNCIAS	1	1	-	1	-	-	4	-
NÃO RESPONDEU	3	7	-	3	3	3	19	-

4.1.2.2 – OPINIÃO DA FAMÍLIA SOBRE A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO / PROFISSÃO

CANDIDATOS

É muito concorrida e pouco compensada, monetariamente. (PROFISSIONAL)

Minha família sempre apóia minhas decisões. (SOCIAL)

Pelo dom da criação de cardápios e pratos saborosos. (PESSOAL)

É um mercado que está sempre em evidência e nunca vai acabar.
(PROFISSIONAL)

É minha paixão. (PESSOAL)

Todos concordam que eu tenho habilidade. (PESSOAL)

O mercado está valorizado, e quem se especializar poderá ter sucesso.
(PROFISSIONAL)

Minha família estimula o conhecimento acadêmico. (SOCIAL)

É um desejo e uma escolha que todos respeitam. (PESSOAL)

É algo com que me identifico. (PESSOAL)

O mercado não está aberto para quem ainda não têm condições de abrir o próprio negócio.
(PROFISSIONAL)

Já sou formada, tenho 36 anos, e acham uma loucura trocar de profissão, porque eu já tinha outra profissão. (PROFISSIONAL)

Como opção secundária ou como hobby seria fantástico. (PESSOAL)

É uma realidade de vida: envelheci, e diante disso, a gastronomia permanecerá sempre como um sonho enquanto eu viver. (PESSOAL)

1º PERÍODO

Estou fazendo o que gosto. (PESSOAL)

Eu adoro, o mercado de trabalho é muito amplo e é lindo. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

Pois tudo na vida, quando se faz com prazer, é maravilhoso. Também porque o mercado está sempre a procura de profissionais qualificados na área. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

Porque foi uma iniciativa minha e por gostarem da idéia de uma profissão relativamente nova, menos comum. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

Eles acham que eu deveria fazer outra faculdade pois trabalha-se muito e é um pouco perigosa. (PROFISSIONAL)

Minha mãe sempre gostou de cozinhar e me apóia também. (SOCIAL)

Pois estão vendo que realmente estou feliz e sempre me apoiaram em minhas escolhas. (PESSOAL)

É o que gosto e sei fazer de melhor. (PESSOAL)

Pois além de estar crescendo muito o mercado, eu irei cozinhar pra eles minha vida inteira. (PROFISSIONAL)

Por ser uma profissão bonita e com oportunidades profissionais. (PROFISSIONAL)

Minha família teve influência através de programas de TV e revistas que colocam a profissão como glamourosa. Também por experiência no ramo de restaurantes. (SOCIAL, MIDIÁTICA, PROFISSIONAL)

Por sempre apoiarem minhas decisões. (PESSOAL)

Estou fazendo o que gosto. (PESSOAL)

Sabem que fiz uma escolha baseada na paixão pela profissão. (PESSOAL)

2º PERÍODO

Eu posso trabalhar em infinitos lugares e com cargos diferentes. (PROFISSIONAL)

É um ramo em crescimento, com muitas vertentes a se escolher. Permite a criação, dá liberdade e é totalmente necessário à sociedade. (PROFISSIONAL)

Apesar de terem outros planos para mim, sabem que vou trabalhar no que gosto e para eles isso é o que importa. (PESSOAL)

Porque é algo que sempre gostei e eles percebem pela mídia que é uma profissão em ascensão. (PESSOAL, MIDIÁTICA, PROFISSIONAL)

Porque é o que gosto de fazer. (PESSOAL)

Tem a ver comigo. (PESSOAL)

Porque eles percebem a minha satisfação. (PESSOAL)

Pois gostam do que faço (comidas e quitutes). (PESSOAL)

A gastronomia é algo que sempre gostei. (PESSOAL)

Sabem que é o que eu gosto de fazer. (PESSOAL)

Sempre gostei de cozinhar e reunir amigos. (PESSOAL)

Porque eles acham que tem que trabalhar muito. (PROFISSIONAL)

Pois já sou do ramo, acrescentando mais coisas para o meu trabalho. (PROFISSIONAL)

Por incentivo da família, resolvi fazer o curso de gastronomia, já que trabalhei a vida inteira com gastronomia, preparando, ensinando pratos diversos, assim como confeitaria em geral. (PROFISSIONAL)

Estou aposentada, com tempo para aprender. (PESSOAL)

Pois sabem que me identifico com gastronomia. (PESSOAL)

3º PERÍODO

Porque sempre acompanharam minha aptidão na cozinha. (PESSOAL)

Porque acham que gosto muito de cozinhar, e posso me realizar profissionalmente.

(PESSOAL)

Porque todos sabem o quanto eu gosto de cozinhar e aprovam meu paladar. (PESSOAL)

Porque eu gosto do que estou fazendo e por isso já é válido. (PESSOAL)

Por eu gostar de cozinhar. (PESSOAL)

Porque é a minha paixão. (PESSOAL)

Pelo prazer que tenho quando estou na cozinha. (PESSOAL)

Porque estarei realizando algo que sempre quis, por mais trabalhoso que seja. (PESSOAL)

Porque na minha família sou eu quem faz todas as comidas para comemorações. (SOCIAL, PESSOAL)

Eles me apóiam nas escolhas que faço e isso me dá liberdade para optar pelo que mais me identifico. (PESSOAL)

Antes de entrar para a gastronomia eu queria fazer medicina. Quando mudei de idéia, a família toda me apoiou e disse que combinava muito mais comigo. (SOCIAL, PESSOAL)

Por eu gostar muito de gastronomia e me dar prazer. (PESSOAL)

Eu tenho talento. (PESSOAL)

Porque acham que eu tenho jeito e me esforço muito para aprender e me desenvolver na profissão, apesar de todas as dificuldades encontradas. (PESSOAL)

4º PERÍODO

Gosto do que faço e faço por amor e prazer. (PESSOAL)

Hoje a gastronomia está em alta no mercado. (PROFISSIONAL)

Já estou estagiando e trabalhando com bons profissionais e reconhecendo o mercado.

Faço o que gosto. (PROFISSIONAL, PESSOAL)

Sabem que amo o que faço, sou dedicada e estudo a respeito do assunto. (PESSOAL)

Porque é uma área que está crescendo muito e o ramo de gastronomia é muito abrangente e assim posso melhorar a qualidade do nosso restaurante. (PROFISSIONAL)

Todos acham que tenho talento. Fui feito para isso. (PESSOAL)

Porque o mercado de trabalho atualmente está muito amplo para essa área, sendo assim, não encontraria dificuldade para se conseguir um emprego. (PROFISSIONAL)

Eles percebem a evolução. (PROFISSIONAL)

Pois é minha vontade profissional. (PROFISSIONAL)

Pois é um ramo de farta possibilidade de emprego, várias especializações e porque eles sabiam que era de minha vontade. (PROFISSIONAL, PESSOAL)

Larguei uma profissão onde já era formada e tinha pós-graduação. Apesar de adorarem o fato de eu estar cozinhando, sentem-se como se eu estivesse desperdiçando minha primeira formação. (PROFISSIONAL)

Por mais que eu tenha sido influenciada por eles, não gostaram de minha opção, pelas horas fora de casa e pela remuneração. (PROFISSIONAL)

5º PERÍODO

Acham que tenho jeito. (PROFISSIONAL)

Eles acreditam no meu potencial. (PROFISSIONAL)

Porque larguei um curso muito bom na UFRJ e esse curso ainda não me trouxe retorno.

(PROFISSIONAL)

Porque depositam toda a confiança em mim, e acham que eu tenho futuro.

(PROFISSIONAL)

Vêm o meu empenho. (PESSOAL)

Penso em morar fora do País. (PROFISSIONAL)

Eles sabem do meu gosto e de minha motivação pela gastronomia. (PESSOAL)

Na minha casa acreditamos que o sucesso profissional é fazer o que gostamos.

(PROFISSIONAL, PESSOAL)

Pois fui eu que optei. (PESSOAL)

Antes de chegar aqui o meu lar era a cozinha. (PESSOAL)

Sempre criei muitas receitas, mesmo quando não trabalhava na área, sempre adorei unir a

arte com a culinária. (PESSOAL)

Acham que não se ganha dinheiro e também acham que é uma profissão que não se tem

crescimento pessoal. (PROFISSIONAL)

Sou feliz na cozinha. (PESSOAL)

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS (%) – Opinião da família sobre a escolha pela formação / profissão.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	TOTAIS %
SOCIAL	2	2	-	2	-	-	6
PESSOAL	7	9	11	14	5	7	53
PROFISSIONAL	5	6	6	-	9	7	33
MIDIÁTICO	-	1	1	-	-	-	2
CO-OCORRÊNCIAS	-	4	1	2	2	1	10
NÃO RESPONDEU	2	2	2	-	1	-	7

4.1.2.3 – OPINIÃO DOS AMIGOS SOBRE A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO / PROFISSÃO

CANDIDATOS

Não conhecem a respeito.

Assim como minha família, eles me apóiam. (SOCIAL)

Estou no caminho certo.

Sabem do meu amor pela gastronomia e o prazer que sinto em cozinhar. (PESSOAL)

Estou muito feliz com minha escolha e eles percebem. (PESSOAL)

Porque todos concordam que eu tenho habilidade e eles adoram. (PESSOAL)

Acredito que a maioria das pessoas pensa que seremos grandes chefes de cozinha. Não

imaginam que, para chegar até lá, têm um longo caminho que é bem sacrificante. (PROFISSIONAL)

Todos do meu meio são cultos e gostam de gastronomia e culinária, e acham que é um mercado possível. (PROFISSIONAL)

Vou cozinhar para eles e fazer mais reuniões em casa. (PESSOAL)

Oportunidade de crescimento. Área carente de boas opções. (PROFISSIONAL)

O mercado não parece muito aberto àqueles que ainda não têm condições de abrir o próprio negócio. (PROFISSIONAL)

Os amigos já pensam diferente de minha família. Acham que devo fazer aquilo que realmente gosto e que meu coração pede. (PESSOAL)

Não falo com eles sobre isso.

Todos acham lindo ter um chefe em casa. (PESSOAL)

A gastronomia é arte e magia! (PESSOAL)

Impõe fuga ao trivial cozinhar, permitindo-nos lançar em universo mais subjetivo. (PESSOAL)

Um universo onde cores, aroma, matizes, paladares se fazem presentes, traduzindo-se em vida sadia e prazerosa. (PESSOAL)

A gastronomia avançou, continua avançando e conquistando seu espaço no mercado de trabalho. (PROFISSIONAL)

1º PERÍODO

O mercado está bem valorizado. (PROFISSIONAL)

Ganha-se muito bem. (PROFISSIONAL)

É muito relativo pois alguns acham que o mercado já esteve mais em alta. (PROFISSIONAL)

Não conhecem e não têm muita idéia do mercado de trabalho. (PROFISSIONAL)

Eles acham legal e muito gostosa. (PESSOAL)

Trabalha-se muito e muitas vezes o salário não compensa perder finais de semana. (PROFISSIONAL)

Depende do amigo, por causa das dificuldades.

Eles acham que faço bem. É rentável e o mercado é amplo. (PROFISSIONAL)

Alguns não concordam, outros apóiam e já têm planos de montar negócios. (PROFISSIONAL)

É uma profissão bonita e com oportunidades. (PROFISSIONAL)

A gastronomia está muito em evidência, mas apesar de acharem que é uma coisa que vale

a pena, poucos conhecem qualquer coisa sobre o assunto. (PROFISSIONAL)

Têm preconceito por ser um curso diferente. (PROFISSIONAL)

É uma área que tem poucos profissionais formados. (PROFISSIONAL)

O salário recompensa. (PROFISSIONAL)

2º PERÍODO

Pois eu poderei trabalhar em infinitos lugares e com cargos diferentes, mas que é uma profissão que toma muito tempo da pessoa. (PROFISSIONAL)

Porque sabem que eu gosto muito, pelo meu entusiasmo quando falo do assunto. (PESSOAL)

Conhecem minha habilidade, mas acham que eu vou ficar muito exigente depois. (PESSOAL)

Eles vêem que é uma área que está crescendo e que dá muitas oportunidades. (PROFISSIONAL)

Porque também sabem do meu gosto e que está crescendo bastante. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

É muito gostoso degustar coisas diferentes. (PESSOAL)

Tem a ver comigo. (PESSOAL)

Vou ficar com a barriga no fogão o tempo todo. (PESSOAL)

Pois admiram meus quitutes. (PESSOAL)

Estou fazendo algo que gosto. (PESSOAL)

Pois faço o que gosto. (PESSOAL)

Estou mais feliz fazendo algo que me dá prazer. (PESSOAL)

Quando se tem paixão por alguma coisa, tem que fazer aquilo. (PESSOAL)

Sou do ramo e está em alta. (PROFISSIONAL)

Tem que gostar de cozinhar, não pensando somente no lado financeiro, pois o sucesso só depende de nós. Podemos tudo, é só querer. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

Na verdade ninguém diz se vale ou não vale. Todos têm um certo preconceito. (PROFISSIONAL)

3º PERÍODO

Porque é interessante. (PROFISSIONAL)

É gratificante apesar do trabalho, porém nos dá a oportunidade de criar e não copiar somente. (PROFISSIONAL)

É um curso abrangente. (PROFISSIONAL)

É um bom trabalho. (PROFISSIONAL)

Porque a profissão está em ascensão. (PROFISSIONAL)

Porque finalmente nosso povo está aprendendo a comer. (PROFISSIONAL)

Hoje em dia a profissão está sendo muit mais reconhecida, principalmente no Brasil.
(PROFISSIONAL)

Trabalha-se muito e ganha-se muito pouco no início. (PROFISSIONAL)

Porque todos acham que comida bem feita e saborosa dá para a pessoa se estabelecer na vida. (PROFISSIONAL)

É uma profissão que explora todo o nosso lado criativo, crítico, saudável e nos faz aprimorar a cada dia. (PROFISSIONAL)

Todos acreditam que eu vou conseguir me fixar na profissão. (PROFISSIONAL)

Porque eu gosto e é muito gratificante. (PESSOAL)

Acham glamourosa. (PROFISSIONAL)

Porque os salários são baixos, trabalha-se muito e, no Brasil, há pouco reconhecimento.
(PROFISSIONAL)

4º PERÍODO

Me identifico com o que faço. (PESSOAL)

Eu escolhi a carreira certa. (PROFISSIONAL)

Não dá muito dinheiro, não inicialmente, e trabalha-se demais. (PROFISSIONAL)

É uma área em expansão. (PROFISSIONAL)

É profissão de “peão”, trabalha muito. (PROFISSIONAL)

Meus amigos sempre apoiaram a minha escolha, porém, eles também assistem programas.

Lêem revistas, etc e acham que é uma área muito boa, com um mercado de trabalho ótimo.

(MIDIÁTICA, PROFISSIONAL)

Vêm como eu gosto e me sinto feliz fazendo o que escolhi. (PESSOAL)

Porque além de ser uma profissão extremamente em alta no mercado, proporciona também muito reconhecimento e gratificação. (PROFISSIONAL)

Trabalha-se muito, com riscos, e a recompensa é pequena. (PROFISSIONAL)

Pois gostam da maioria das coisas que faço. (PESSOAL)

Quando se tem o dom e o amor pela profissão, sempre valerá a pena. (PESSOAL)

É algo que realmente gosto de fazer e além disso, eles também aproveitam. (PESSOAL)

Pelo glamour. (PESSOAL)

5º PERÍODO

O mercado é muito limitado. (PROFISSIONAL)

Não sei responder.

É a profissão do momento. (PROFISSIONAL)

Pagam muito caro por meus estudos e ganham pouco. (PROFISSIONAL)

Você sabe se virar sozinho, sabe fazer o próprio alimento.

Porque têm como base faculdades comuns com menos dificuldade de remuneração.

(PROFISSIONAL)

Els sabem que a gastronomia está crescendo e os próprios clientes estão procurando comidas mais sofisticadas. (PROFISSIONAL)

Eles também acreditam que é importante fazer o que se gosta, pois trabalha-se muito.

(PESSOAL, PROFISSIONAL)

Eles não cozinham e vivem me convidando para fazer comidas. (PROFISSIONAL)

Os que dizem que vale a pena descrevem a dificuldade, mas a dedicação e o esforço compensam. (PROFISSIONAL)

Dizem que apesar da profissão ser trabalhosa, é compensadora. (PROFISSIONAL)

Porque é realizador. (PROFISSIONAL)

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS – Opinião dos amigos sobre a escolha pela formação / profissão.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	TOTAIS (87)
SOCIAL	1	-	-	-	-	-	1
PESSOAL	9	1	12	1	6	1	30
PROFISSIONAL	5	12	6	13	7	10	53
MIDIÁTICO	-	-	-	-	1	-	1
CO-OCORRÊNCIAS	-	-	3	-	1	1	5
NÃO RESPONDEU	1	3	-	-	-	3	7

4.1.2.4 – OPINIÃO PESSOAL SOBRE A GASTRONOMIA

CANDIDATOS

Mudou a minha vida em todos os sentidos. Vem para brilhar. (PESSOAL)

É uma profissão e um lazer que une as pessoas. (PROFISSIONAL)

É uma arte que está me envolvendo muito, e vale a pena fazer. (PESSOAL)

É expressar, nos pratos, sentimentos. (PESSOAL)

Pode ser uma profissão que traga bons frutos. Sei que o caminho é longo, difícil, mas muito gratificante. (PROFISSIONAL)

Gastronomia é um vínculo de interesse comum a todos os seres humanos. (PESSOAL)

É importante para o melhoramento e qualidade de vida. Para as pessoas tomarem consciência e conhecimento para uma vida melhor, de prazer... Um prato bonito traz equilíbrio emocional. (PESSOAL)

É uma forma de proporcionar momentos agradáveis aos que não dispensam uma boa comida, num ambiente agradável ... (PROFISSIONAL)

É atraente, exige sensibilidade, inteligência e ousadia. É uma bela demonstração da evolução do ser humano ao associar o alimento (a fome), ao prazer, à arte, à gula, ao conhecimento da química, física e diversas ciências, e proporcionar à sociedade momentos de união – seja através de aperitivos, rodas de bebidas ou um jantar. (PESSOAL)

É a arte de cozinhar de maneira a proporcionar maior prazer a quem come. É um curso que engloba aspectos culturais além de técnicas específicas para a confecção dos pratos. (PESSOAL)

É uma ótima técnica, prazer, ciência ... (PESSOAL)

A gastronomia é demasiadamente valiosa! Realça sua importância no rigor, no comprometimento, na diversidade, no compartilhamento da audácia, da memória, da curiosidade, do experimento, da performance, da excelência, do prazer e da paixão. (PESSOAL)

1º PERÍODO

É o caminho certo. (PROFISSIONAL)

A melhor parte não é só quando preparamos um prato, mas quando passamos a fazer a diferença no mercado. Vale a pena buscar sempre! (PROFISSIONAL)

Vai além da arte de cozinhar. É também uma forma de nos mantermos bem alimentados, com qualidade de vida. É uma demonstração de arte magnífica. (PESSOAL)

É um ato de amor. (PESSOAL)

É muito trabalhosa, mas no fim de tudo vale a pena. É uma profissão muito glamourosa. (PROFISSIONAL)

É uma arte. (PESSOAL)

É arte e prazer. Todo o esforço e dificuldade que terei, serei recompensado. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

É a profissão do futuro. (PROFISSIONAL)

É uma arte e só faz arte quem ama o que faz. Técnicas ajudam e facilitam seu trabalho, mas gastronomia é o poder de utilizar e encantar com o melhor do sabor de qualquer insumo. Utilizar, misturar, combinar.

Não é apenas uma profissão, mas também um prazer, um hobby. (PESSOAL, PROFISSIONAL)

É uma profissão muito gratificante para quem é apaixonado. (PROFISSIONAL)

É uma ótima profissão, onde você reúne o gosto pela comida e o prazer de fazê-la. (PROFISSIONAL)

Exige muita disciplina, dedicação, amor e suor. Dificuldades irão surgir pelo caminho, mas se houver verdade na escolha da profissão e seu trabalho será reconhecido. (PROFISSIONAL)

2º PERÍODO

É um ótimo “veículo” para me levar a qualquer parte do mundo. (PROFISSIONAL)

Exige mudança o tempo todo, ousadia, companheirismo e por existir em todo lugar do mundo é universal e incomparável onde quer que se vá. Impossível conhecê-la totalmente e impossível não saber nada dela.

É ótima para quem ama, pois dá muito trabalho. Mas, para quem gosta, é a coisa mais gratificante que tem. (PROFISSIONAL)

É algo fantástico, prazeroso e gratificante porque você vê as pessoas satisfeitas em comer algo que você cozinhou e ainda elogiam. (PROFISSIONAL)

É maravilhosa na minha vida porque me renova a cada dia.

Me realizará. (PROFISSIONAL)

É uma grande satisfação o fato de podermos criar e as pessoas comerem com prazer. (PROFISSIONAL)

Degustar é muito bom. (PESSOAL)

É uma arte e uma terapia para mim. (PESSOAL)

É uma arte, um prazer! (PESSOAL)

Vai me realizar com certeza. (PROFISSIONAL)

É uma profissão muito gratificante. (PROFISSIONAL)

A gastronomia é tudo na vida. Ela nos deixa tanto tristes como alegres. Está sempre presente no nosso dia a dia. Temos que saber criar, degustar e alimentar. (PESSOAL)

É simplesmente puro prazer. (PESSOAL)

3º PERÍODO

É viver. (PESSOAL)

É um campo em constante crescimento, porém, também é seletivo, pois isso é importante, para quem se aventurar, procurar ser o melhor possível. (PROFISSIONAL)

É um campo vasto, que está em alta no momento. Penso que não é só cozinhar e sim ter muita criatividade. (PROFISSIONAL)

É a arte de transformar simples ingredientes em plena felicidade. (PESSOAL)

É uma busca constante de novos sabores. É uma viagem que se faz pelo mundo quando não se pode estar lá. (PESSOAL)

É uma área deliciosa, mas ainda é para poucos, porque os cursos custam caro. (PROFISSIONAL)

É um mecanismo para aliviar todo e qualquer estresse que alguém tenha pois além de ser uma profissão é também uma terapia. (PESSOAL)

É uma profissão de amor. Uma pessoa que a siga deverá trabalhar muito e pesado, (pelo menos no começo, como estou). Mas se realmente gostar do que faz é muito gratificante. (PROFISSIONAL)

É a arte de cozinhar e decorar, trabalhando os nossos sentidos – olfato, visão e paladar. (PESSOAL)

Exige paixão e arte. (PESSOAL)

4º PERÍODO

É gratificante para quem gosta de cozinhar, não adianta fazer por dinheiro.

Cozinhar é

uma arte. Tem que praticar com amor e carinho. (PROFISSIONAL)

É maravilhosa. Trabalha-se muito e às vezes tem que passar o dia na cozinha, no calor.

(PROFISSIONAL)

Mas quando se vê a beleza do prato montado e a felicidade do cliente ao comê-lo, tudo

vale a pena. (PROFISSIONAL)

É um verdadeiro prazer. (PESSOAL)

Gastronomia é arte, é dom, dedicação, amor e fazer as pessoas degustarem qualidade e

cultura. (PROFISSIONAL)

Não é só sabor, é uma arte. Um prazer! (PESSOAL)

É maravilhosa, e é para poucos. (PROFISSIONAL)

É extremamente importante pois, quando levada e estudada a fundo, proporciona grandes

avanços e benefícios à humanidade. (PROFISSIONAL)

Sustenta-se pela vontade humana de satisfazer o apetite com sabores.

(PESSOAL)

É uma profissão no qual só se vence por amor. (PROFISSIONAL)

Não é uma profissão fácil. Requer muito trabalho e condições físicas para suportar um dia

de trabalho. Somente pessoas realmente dispostas a encará-la têm sucesso.

(PROFISSIONAL)

É uma terapia excelente. É divertido, estimulante e reúne características maravilhosas de

todas as áreas – biologia, física, química, história, geografia, além da arte em si.

(PESSOAL)

Amo a gastronomia galega (espanhola), mas me encanta saber como é rica e pouco

explorada a gastronomia brasileira. (PESSOAL)

5º PERÍODO

É muito importante, afinal, todos precisam comer para viver. (PESSOAL)

Ainda vai me realizar futuramente. (PROFISSIONAL)

É uma melhora contínua do ser humano. (PESSOAL)

Uma rica fonte de prazer, lazer, criatividade e o melhor: poder rodar o mundo tendo uma profissão. (PROFISSIONAL)

É um ambiente glamouroso que está crescendo principalmente pelos clientes que estão aprofundando-se mais sobre o assunto. (PROFISSIONAL)

É a única coisa que estaria fazendo hoje porque envolve a arte, a pesquisa e a alegria de lidar com as pessoas. (PROFISSIONAL)

É uma arte. (PESSOAL)

Desperta todas as virtudes, boa fé, humor, tolerância, temperança, coragem, humildade, prudência, fidelidade, doçura, polidez, honestidade, até chegar no amor, o dom supremo. Não se esqueça que por mais que você ensine, *tempero e impressão digital não existe um igual*. (PESSOAL)

Gastronomia é técnica e arte, mas poucos brilham, dependendo da luz, sorte, dedicação, comprometimento, estudo, amor ao próximo e respeito. (PROFISSIONAL)

É uma profissão para quem realmente gosta de cozinha, pois se todos forem entrar no curso coma idéia de sair formado chefe, está enganado, pois nessa profissão se aprende muito com a prática. (PROFISSIONAL)

A minha vida hoje. (PESSOAL)

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS – Opinião pessoal sobre a gastronomia.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	TOTAIS (87)
SOCIAL	-	-	-	-	-	-	-
PESSOAL	9	6	6	6	5	5	37
PROFISSIONAL	3	9	8	4	8	6	38
MIDIÁTICO	-	-	-	-	-	-	-
CO-OCORRÊNCIAS	-	2	-	-	-	-	2
NÃO RESPONDEU	4	3	1	4	-	2	14

4.1.2.5 – IMAGEM DO CHEFE DE COZINHA ASSOCIADA A UM OBJETO

CANDIDATOS

TOQUE BLANCHE (TOUCA BRANCA) – 18,75 % (PODER)

É a primeira imagem que me vem à cabeça quando imagino o profissional: de uniforme, com o chapéu, o avental e aquele instrumento para bater as claras de ovos na mão. O eterno toque blanche. O chefe de cozinha há de ser identificado, eternamente, por portar em sua cabeça um alto e imponente chapéu branco. É símbolo de hierarquia. O chefe usava e usará sempre o mais alto de todos, demonstrando sua magnitude na excelente arte de cozinhar. Aquele chapéu diferente. É bem característico.

DICIONÁRIO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

Pois todos acham que você tem obrigação e dever de saber tudo.

PANELA E COLHER DE PAU – 12,5 % (TRADIÇÃO)

Uma bela panela acompanhada de uma colher de pau.

Acho que a panela e a colher de pau são utensílios indispensáveis na cozinha de um bom chefe.

ARTISTA / OBRA DE ARTE – 25 % (ARTE)

Porque ele dá formas e cores aos pratos. Ele é um artista!

Obra de arte pintada por Leonardo da Vinci.

Porque além de ser um grande artista, ele tem um papel importante na gastronomia.

Suas criações são obras de arte fundamentais.

LIVROS – 6,25 % (CONHECIMENTO)

Os chefes são precisos, meticulosos e exigentes consigo próprios.

PANELA DE FERRO – 6,25 % (TRADIÇÃO)

O chefe é como panela: está aberto a novas conquistas, faz milagres com a comida.

FACA – 6,25 % (PODER)

Para impor respeito.

ESTÁTUA – 6,25 % (TRABALHO ÁRDUO)

Fica-se de pé o tempo inteiro.

FOGÃO – 6,25 % (TRADIÇÃO)

Porque é onde tudo acontece.

PINCEL – 6,25 % (ARTE)

Como o pincel de um pintor, que cria para os outros admirarem.

1º PERÍODO

TAÇA DE CRISTAL – 6,25 % (REQUINTE)

Pois a leveza ao se tocar numa taça é a mesma ao se preparar um delicioso prato.

SANTO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

Intocável, está sempre certo.

PINCEL DE PINTOR – 6,25 % (ARTE)

Simboliza a arte que o chef faz.

JÓIA – 6,25 % (REQUINTE)

Um chefe bem capacitado, com compromisso com sua profissão e trabalhando com amor é certamente mais que uma jóia.

FACA – 25 % (PODER)

Corta o clima de cordialidade entre chefe e aluno ou empregado.

É um instrumento que utiliza o tempo todo, e sem ele pouco se faz numa cozinha.

Apesar de um chefe importante estar mais afastado do trabalho na cozinha, a faca ainda é

o principal instrumento usado na cozinha.

É o que comanda.

COMPUTADOR – 6,25 % (CONHECIMENTO)

Rápido. Tem que armazenar muitas informações e é imprescindível nos dias de hoje.

PANELA – 6,25 % (TRADIÇÃO)

Porque sem ela não existe a profissão e também é como se ela é que mandasse no ambiente.

GARRAFA DE VINHO – 6,25 % (REQUINTE)

Pelo vinho em si; por ser uma bebida super refinada. Em muitos momentos proporciona prazeres na comida e no social.

TOQUE BLANCHE (TOUCA BRANCA) – 6,25 % (PODER)

Está vinculada a todas as imagens que aparecem na mídia.

PANELA DE PRESSÃO – 6,25 % (TRABALHO ÁRDUO)

O estresse é intenso! Tem que ter muita disciplina e controle.

NÃO SABE – 18,75% (obs.: os três entrevistados são cozinheiros).

2º PERÍODO

RALADOR MULTIFORMAS – 6,67 % (DESTREZA)

É necessário que o chefe exerça várias funções para se adequar a cada ocasião.

FACA – 13,33 % (PODER)

Pois com o tempo ela é praticamente a extensão do seu braço.

PINCEL – 6,67 % (ARTE)

Tem a ver com a arte.

COLHER DE PAU – 13,33 % (TRADIÇÃO)

Porque sempre mexe em tudo.

PANELA – 13,33 % (TRADIÇÃO)

Pois transforma coisas.

Delas saem os mais diferentes sabores, existem de várias cores, tamanhos e formas, assim

como nós, que somos criativos e diferentes.

Pois é através delas que posso criar e cozinhar.

FOUET – 6,67 % (TRADIÇÃO)

TOQUE BLANCHE (TOUCA BRANCA) – 20 % (PODER)

Porque simboliza a imagem do chef de cozinha.

Todo chefe tem que ter.

Associa de imediato.

MIXER – 6,67 % (DESTREZA)

Porque ele faz tudo.

UMA BELA GAMBUZA – 6,67 % (REQUINTE)

Pois além de cozinheiro tem que ter glamour.

ALGUM ELETRODOMÉSTICO – 6,67 % (DESTREZA)

Por facilitar seu trabalho, por ser rápido, poder criar, ser dinâmico. Enfim, completar seu trabalho.

3º PERÍODO

FOUET – 7,2 % (TRADIÇÃO)

Forte, flexível, transforma e mistura os ingredientes. Seria impossível, sem ele, fazer vários pratos clássicos e contemporâneos.

TELA DE ARTE – 7,2 % (ARTE)

Porque não basta só cozinhar; o chefe é um artista nas suas decorações de pratos. Parece uma tela pintada; é uma arte.

TOQUE BLANCHE (TOUCA BRANCA) – 7,2 % (PODER)

Sempre achei a roupa, principalmente o chapéu do chefe, uma demonstração de poder.

CADERNO – 7,2 % (CONHECIMENTO)

Pois é onde qualquer chefe relata as suas experiências culinárias, receitas e etc.

FOGÃO – 7,2 % (TRADIÇÃO)

Porque sem ele quase nada ou nada é feito na cozinha.

COLHER DE PAU – 7,2 % (TRADIÇÃO)

Pelo grande uso que sempre se fez dela antigamente, apesar das restrições higiênicas que lhe são feitas hoje.

DAMA DE JOGO DE XADREZ – 7,2 % (PODER)

Pelo seu poder de conduzir.

FACA – 14,3 % (PODER)

Pois é o nosso principal instrumento.

É com ela que tudo começa.

ENCERADEIRA – 7,2 % (DESTREZA)

Porque tem que ser rápido e fazer brilhar seus pratos com criatividade.

MOEDOR DE PIMENTA – 7,2 % (DESTREZA)

É grande no sentido da importância e dá o toque necessário e final aos pratos.

PINCEL – 7,2 % (ARTE)

Pois cria uma obra de arte.

NÃO SABE – 7,2 %

Não acho que tem comparação.

NÃO RESPONDEU – 7,2 %

4º PERÍODO

COMANDA – 7,7 % (PODER)

Tem que ser executada dentro do conhecimento, normas e do tempo. Um chefe de cozinha

tem que ter conhecimento, disciplina e voz de comando.

MULTIPROCESSADOR – 7,7 % (DESTREZA)

Tem que fazer de tudo um pouco.

PANELA DE PRESSÃO – 15,4 % (TRABALHO ÁRDUO)

Pois quando você menos espera, pode ficar macio e saboroso (humor), como pode simplesmente explodir.

Pois na hora que o movimento aperta, o chefe deve por ordem na cozinha e muitas vezes

faz isso gritando.

FACA – 30,8 % (PODER)

É o principal instrumento de um chefe.

Porque é utilizada todos os dias.

Porque é um objeto que, de certa forma, representa poder e autoridade.

Ao mesmo tempo que ela corta e fabrica boas comidas, ela pode machucar tanto aquela

que a manipula quanto os que estão a sua volta.

FOUET – 7,7 % (TRADIÇÃO)

Pelas texturas que esse objeto pode proporcionar.

CAIXA DE SURPRESAS – 7,7 % (ARTE)

O chefe de cozinha deve estar pronto para surpreender o consumidor sendo inovador e

irreverente.

PANELA – 7,7 % (TRADIÇÃO)

É o principal instrumento de trabalho de um chefe.

FOGÃO – 7,7 % (TRADIÇÃO)

Pois é o instrumento primordial para um chefe.

ACENDEDOR DE FOGO – 7,7 % (TRADIÇÃO)

Sem ele nada se pode fazer numa cozinha.

5º PERÍODO

PANELA – 15,4 % (TRADIÇÃO)

Onde podemos construir nossa arte.

Instrumento de trabalho.

CHAIRA – 7,7 % (DESTREZA)

Pois tem que ter muita habilidade e rigidez para manter sua cozinha e equipe sempre afiada.

FOUET – 7,7 % (TRADIÇÃO)

Agilidade, movimenta-se rápido e conclui as preparações de forma rápida e dinâmica.

PLANTAÇÃO DE LAVANDA – 7,7 % (REQUINTE)

Aroma e cor.

PANELA DE PRESSÃO – 7,7 % (TRABALHO ÁRDUO)

Fazendo coisas gostosas, sempre no fogo e pronto para explodir, mas no final, com sabedoria tudo dá certo.

ESTÁTUA NO CENTRO DE UMA PRAÇA – 7,7 % (PODER)

No meu ponto de vista o chefe tem que ser o centro das atenções mas sem ser o principal, tudo que está em sua volta tem sua importância também.

FACA – 30,8 % (PODER)

Sem ela nada existiria na cozinha.

Porque é o instrumento que o chefe mais usa.

Porque tem dois lados.

NÃO RESPONDEU – 15,4 %

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS (%)- Imagem do chefe de cozinha associada a um objeto.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	MÉDIA %
PODER	25	31,25	33,33	28,7	38,5	38,5	32,54
CONHECIMENTO	18,75	12,5	-	7,2	-	-	6,41
DESTREZA	-	-	20	14,4	7,7	15,4	9,59
ARTE	31,25	6,25	6,67	14,4	7,7	-	11,04
TRADIÇÃO	18,75	6,25	33,33	21,6	30,8	15,4	21
REQUINTE	-	18,75	6,67	-	-	7,7	5,52
ADMINISTRAÇÃO	-	-	-	-	-	-	-

TRABALHO ÁRDUO	6,25	6,25	-	-	15,4	7,7	5,94
NÃO RESPONDEU	-	18,75	-	14,4	-	15,4	8,1

4.1.2.6 – IMAGEM DO CHEFE DE COZINHA ASSOCIADA A OUTRA PROFISSÃO

CANDIDATOS

MAGO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

A gastronomia é uma mágica! É aplicação da vontade, ou seja, do exercício da vontade sobre o plano de formação do mundo material, o chamado plano astral. Através da vontade de bem cozinhar, o cozinheiro se transforma em um excelente mágico, colocando em ação uma força hiperfísica: a força da vida ou energia vital.

LÍDER – 6,25 % (PODER)

A indumentária faz associação com tal.

MAESTRO – 6,25 % (PODER)

Coordena a ação instrumental e atua.

CANTOR – 6,25 % (ARTE)

A música traz tranquilidade e prazer.

QUÍMICO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

É uma alquimia de sabores e aromas.

DESIGNER – 6,25 % (ARTE)

Porque ele está criando a cada instante um prato novo.

FOTÓGRAFO – 12,50 % (ARTE)

Fotografa pela relação com a estética visual.

É uma arte igual a gastronomia, com profissionais que adoram.

COMUNICADOR – 6,25 % (PODER)

De certo modo, que essas duas profissões têm tudo a ver. Ambas precisam saber lidar com as pessoas, ter liderança e saber se comunicar para o trabalho sair completo e eficiente.

MÉDICO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

TÉCNICO DE FUTEBOL – 6,25 % (PODER)

Comanda uma equipe.

ARTISTA / PINTOR RENASCENTISTA – 12, 50 % (ARTE)

Pela criação, inspiração e, como consequência, a admiração dos outros.

O chefe na verdade já é um artista. Se ele pudesse retratar suas criações através de um quadro, seria valioso.

NÃO TEM COMPARAÇÃO – 12, 5 %

Acho a profissão muito peculiar. O prazer em preparar uma boa comida e servi-la aos outros, pode trazer a associação com a enfermagem, mas são formas muito distintas de cuidados.

NÃO SABE – 6,25 %

1º PERÍODO

MÉDICO – 6,25 % (CONHECIMENTO)

Pelo cuidado com seu trabalho e com as pessoas.

GERENTE – 12,50 % (PODER)

Pois ele tem que comandar, executar e finalizar questões.

Pois é mandão e autoritário para que tudo funcione bem.

EMPRESÁRIO – 12,5 % (ADMINISTRAÇÃO)

Não cozinha simplesmente. Administra um negócio complexo e com muitas responsabilidades.

ADMINISTRADOR – 25 % (ADMINISTRAÇÃO)

Além de cozinhar e orientar ele também supervisiona tudo e todos.

Sabe coordenar as coisas.

Gerenciar uma cozinha, restaurante ou hotel é muito trabalhoso e não inclui somente trabalho na cozinha.

ECONOMISTA – 6,25 % (ADMINISTRAÇÃO)

Coordena, estuda, trabalha com cálculos de insumos e lucro. Criação é a única parte que não se enquadra.

FOTÓGRAFO – 6,25 % (ARTE)

Captura a melhor imagem e transmite a sensação.

ARTISTA – 6,25 % (ARTE)

Porque acho que o que fazemos na cozinha é uma arte.

NUTRICIONISTA – 6,25 % (DESTREZA)

Porque ambas têm relação com a manipulação de alimentos.

NENHUMA – 12,5 % (obs.: são cozinheiros)

NÃO RESPONDEU – 12,5 %

2º PERÍODO

VENDEDOR – 6,67 % (ADMINISTRAÇÃO)

O chefe tem que elaborar pratos que chamem a atenção de quem vai consumi-los. O

vendedor faz o mesmo para atrair os clientes.

JORNALISTA – 13,33 % (ADMINISTRAÇÃO)

Porque as duas profissões trabalham em prol dos outros, trabalham para satisfazer um

público.

Critica de gastronomia.

ESCULTOR – 13,33 % (ARTE)

Porque o escultor pega uma matéria-prima bruta e transforma em algo bonito e que todos apreciam.

ARTISTA – 20 % (ARTE)

Cria e recria a todo o momento.

Pois fazemos aquilo para agradar os sentidos.

Pois culinária é arte.

ALQUIMISTA – 6,67 % (CONHECIMENTO)

Por ser ciência, mistura de elementos que exige técnica e maestria, e por ser arte, expressar

sentimentos, conquistar corações.

ARQUITETO – 6,67 % (ARTE)

ENGENHEIRO CIVIL – 6,67 % (ARTE)

MAESTRO – 6,67 % (PODER)

Porque cabe ao chef comandar sua equipe e a execução de seus pratos assim como um maestro faz com sua orquestra.

MÉDICO – 6,67 % (CONHECIMENTO)

Porque tem que fazer várias coisas ao mesmo tempo.

PROFESSOR – 6,67 % (CONHECIMENTO)

Vontade de passar o prazer para outras pessoas e continuar vivenciando a cozinha.

NENHUMA – 6,67 %

Um chefe já nasce pronto. Ele só precisa ser lapidado e, para isso, existe o curso de

gastronomia. No meu caso, eu conheço bem a prática. Preciso ser lapidada.

3º PERÍODO

ARQUITETO – 7,2 % (ARTE)

Pela sua arte em decorar.

MATEMÁTICO – 7,2 % (CONHECIMENTO)

Com 10 números ele faz maravilhas.

ARTISTA PLÁSTICO – 14,4 % (ARTE)

É uma arte.

Exige não só experiência, mas também talento de nascença.

ADMINISTRADOR – 21,6 % (ARTE)

Além do conhecimento gastronômico, também tem que ter noções de administração tanto

de materiais como principalmente de recursos humanos.

Porque o chefe é um administrador da cozinha.

O chefe precisa comandar seus funcionários, montar cardápios, supervisionar trabalhos e

verificar se o lucro está bom. Para isso ele precisa de uma base de administração.

ENGENHEIRO – 7,2 % (ARTE)

Pois ele calcula os mínimos detalhes, estuda todas as possibilidades, monta um projeto e

todos utilizam e admiram suas construções e criações.

PSICÓLOGO – 7,2 % (CONHECIMENTO)

Porque a comida conforta e, além disso, às vezes é preciso que o cozinheiro entenda o

estado de espírito do cliente para satisfazer seu gosto.

PROFESSOR – 7,2 % (CONHECIMENTO)

Pelo prazer e necessidade de se passar para a frente a relíquia de sabores dos nossos

antepassados.

MÉDICO – 7,2 % (CONHECIMENTO)

Quando observo minha equipe trabalhando, cada um concentrado no que está fazendo e

com tanto amor e cuidado, vejo como uma equipe de cirurgiões.

MILITAR – 7,2 % (PODER)

Tem que ser dominador e disciplinado.

APRESENTADOR DE PROGRAMA CULINÁRIO – 7,2 % (ARTE)

NÃO RESPONDEU – 7,2 %

4º PERÍODO

GENERAL – 7,7 % (PODER)

Um chefe precisa ter um plano, não de guerra, mas de execução.

ARTISTA – 30,8 % (ARTE)

Porque a gastronomia não é só sabor, e sim uma arte. Sendo assim, nada como a arte dos artistas plásticos, perfeita, com suas combinações e harmonia.

Fazer um prato bom é uma obra de arte. O chefe tem que levar em consideração, além do gosto, as cores, o cheiro e as sensações que aquele prato vai passar para o consumidor.

Porque tem que gostar do que faz.

Com suas calejadas mãos, porém com delicadeza, dá formas e vida a algo que alguns jamais imaginam.

PROFESSOR – 7,7 % (CONHECIMENTO)

Além de ensinar seus subordinados dentro de uma cozinha, ele é uma referência assim como um professor numa sala de aula.

MÉDICO – 7,7 % (CONHECIMENTO)

Pois é uma profissão que, mesmo com anos de existência, vive se inovando e sempre juntando técnicas antigas com novas.

PRESIDENTE DE UMA GRANDE EMPRESA – 7,7 % (PODER)

Pois as responsabilidades delegadas são praticamente as mesmas.

ADMINISTRADOR – 7,7 % (ADMINISTRAÇÃO)

O chefe tem que saber tudo o que se passa em sua cozinha, tem que saber administrá-la.

FARMACÊUTICO / QUÍMICO – 7,7 % (CONHECIMENTO)

A cozinha é uma verdadeira farmácia ou laboratório onde se prepara a saúde das pessoas.

ARQUITETO – 7,7 % (ARTE)

Assim como o arquiteto começa seus projetos no papel e depois põe em prática, o chefe deve sempre começar pela elaboração do prato para depois montá-lo.

DESIGN – 7,7 % (ARTE)

Pois um chefe tem que ter criatividade e habilidade.

NÃO RESPONDEU – 7,7 %

5º PERÍODO

MAITRE – 7,7 %

Se completam.

ENGENHEIRO – 15,4 % (ARTE)

Trabalha muito, em locais quentes, durante muitas horas, mas no final tudo compensa.

Fazer um tempero tem que ter o mesmo cuidado com o concreto.

ARTISTA – 15,4 % (ARTE)

Qualquer setor da gastronomia exige arte e sensibilidade.

Trabalho manual.

PROFESSOR – 7,7 % (CONHECIMENTO)

MÉDICO – 7,7 % (CONHECIMENTO)

Que cuida das pessoas e cura a alma, mesmo que seja por alguns minutos, trazendo

carinho e amor para o cliente.

QUÍMICO – 7,7 % (CONHECIMENTO)

Pelo uso de vários tipos de ingredientes e suas correlações.

ADMINISTRADOR – 23,1 % (ADMINISTRAÇÃO)

Precisa ter muita paciência para se administrar uma cozinha.

Porque ele administra uma cozinha.

Pois um chefe tem que saber administrar a cozinha por completo.

GERENTE – 7,7 % (PODER)

Cria uma equipe e administra.

NÃO RESPONDEU – 7,7 %

TOTAIS DE INCIDÊNCIAS (%) – Imagem do chefe de cozinha associada a outra profissão.

	CANDIDATOS (16)	1º PERÍODO (16)	2º PERÍODO (15)	3º PERÍODO (14)	4º PERÍODO (13)	5º PERÍODO (13)	MÉDIA %
PODER	25	12,5	6,67	7,2	15,4	7,7	12,4
CONHECIMENTO	18,75	6,25	20	28,8	23,1	23,1	20
DESTREZA	-	6,25	-	-	-	-	1
ARTE	37,5	12,5	46,67	36	46,2	30,8	34,9
TRADIÇÃO	-	-	-	-	-	-	-
REQUINTE	-	-	-	-	-	-	-
ADMINISTRAÇÃO	-	43,75	20	21,6	7,7	30,8	20,65
TRABALHO ÁRDUO	-	-	-	-	-	-	-
NÃO RESPONDEU	18,75	18,75	6,67	7,2	7,7	7,7	11,12

4.3 – INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

As explicações em seguida estão divididas em duas partes, de acordo com as intenções da pesquisa. A primeira atende ao objetivo principal de conhecer a representação do objeto, identificando seus elementos nucleares e periféricos e comentando as relações entre eles. Também são dadas explicações sobre a liderança profissional exercida pelos "chefes de cozinha". A próxima verifica a origem das informações usadas para constituir a representação do objeto, e atende à hipótese e ao objetivo secundário. Nomes de programas de televisão, revistas, jornais, livros e filmes que abordam o tema gastronomia citados nas tabelas dos itens 4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.3, 4.1.1.4 e 4.1.1.5 são considerados apenas como dados elucidativos, sem intererência na interpretação dos resultados percentuais apresentados nas mesmas tabelas.

4.3.1 – A REPRESENTAÇÃO DO OBJETO

Bardin (2002) afirma que os requisitos para uma boa categoria são: homogeneidade, exclusão mútua, pertinência, objetividade e produtividade – fatores que permitem que conteúdos recolhidos constituam dados interpretáveis quantitativamente e / ou por meio de análises reflexivas, além das observações

individuais e gerais das entrevistas. Já a unidade de registro – apesar da sua dimensão variável – deve ser o menor recorte de ordem semântica que se extrai do texto. Portanto, a categoria deve compreender as unidades de registro – ou unidades de sentido – tal qual a frase para as palavras e expressões.

As categorias que entitulam os grupos de metáforas e metonímias usadas para respectivamente definir e comparar "chefe de cozinha" a profissões e objetos tratam-se de predicados profissionais. Essas qualidades, se apresentadas isoladamente, podem ser atribuídas a variadas profissões; mas, se reunidas em um conjunto homogêneo, podem delinear um perfil profissional específico e fazer emergir a sua representação, como foi o caso. Poder, Conhecimento, Destreza, Arte, Tradição, Requite, Administração e Trabalho Árduo são títulos que simultaneamente definem e nomeiam pólos de sentido e acolhem unidades de registro garantindo-lhes homogeneidade, como também determinam os seus limites semânticos que lhes asseguram uma mútua exclusão. Desse modo, metáforas e metonímias que indicam elementos hierárquicos, ou denotam atitudes de comando, tais como: touca branca, faca, comanda, líder, técnico de futebol, gerente, general, maestro, presidente de uma grande empresa, militar, comunicador e dama de jogo de xadrez, justificadas por palavras e expressões indicadoras do exercício de autoridade, foram acolhidas na categoria Poder. Do mesmo modo, metáforas e metonímias como: dicionário, livros, santo, computador, caderno, mago, químico, médico, alquimista, matemático, psicólogo, professor, farmacêutico e suas respectivas justificativas que indicaram posse ou exercício de saberes foram reunidas na categoria Conhecimento. Assim, sucessivamente, artista, obra de arte, pincel, pincel de pintor, tela de arte, caixa de surpresas, cantor, *designer*, fotógrafo, pintor renascentista, escultor, arquiteto, engenheiro civil, artista plástico, apresentador de programa culinário e suas justificativas na categoria Arte; panela, colher de pau, panela de ferro, fogão, *fouet*, acendedor de fogo, e suas razões, na categoria Tradição; taça de cristal, jóia, garrafa de vinho, uma bela gambuza e plantação de lavanda na categoria Requite; empresário, economista, vendedor, jornalista, *mâitre* e administrador na categoria Administração; e, finalmente, estátua e panela de pressão na categoria Trabalho Árduo.

Desse modo, as categorias Poder, Conhecimento, Destreza, Arte, Tradição, Requite, Administração e Trabalho Árduo – que em si formam os pólos de sentido que acolhem as unidades de registro (palavras e expressões portadoras de

significado) – são os elementos formadores da representação de "chefe de cozinha", e que pode ser assim figurada: quem sabe ensinar possui conhecimento, logo autoridade (poder), bem como destreza em sua arte, expressando a tradição dessa mesma arte com requinte, e por isso é capaz de administrar as situações decorrentes desse trabalho árduo. A organização da representação do objeto "chefe de cozinha" é, pois, uma descrição das qualidades a ele atribuídas; dizem o que ele é e o que tem em comum com outras profissões; daí as comparações – analogias – serem metonímias quando se referem a outras profissões, isso é, descrevem o profissional "chefe de cozinha" e o justificam por meio de qualidades próprias de outras profissões numa relação de causa e efeito, do tipo:

- Técnico de futebol: por que comanda uma equipe (Poder)
- Designer: por que está criando a cada instante um prato novo (Arte)
- Economista: por que trabalha com cálculos de insumos e lucros (Administração)
- Professor: por que ensina seus subordinados como numa sala de aulas (Conhecimento)

Apenas quando as comparações são feitas com um objeto se obtêm metáforas, do tipo:

- Estátua: por que se fica de pé o tempo inteiro (Trabalho Árduo)
- Panela de pressão: por que o estresse é intenso (Trabalho Árduo)

Entretanto, não foi encontrada uma metáfora que organizasse a representação de "chefe de cozinha"; apenas metonímias, que constituem seus elementos nucleares: Arte, Administração, Conhecimento e Poder – conforme pode ser notado na Tabela de Totais do item 4.1.2.6.1 – em torno dos quais se organizam os demais elementos Destreza, Tradição, Requinte e Trabalho Árduo – periféricos – além de outros significados que deles repercutem, principalmente aqueles que possuem um sentido de afeição dirigido à sociedade e indicam o uso da gastronomia como modo de expressão desse afeto, tais como: amor, carinho, dedicação ao próximo, qualidade de vida, acolhimento pelo alimento, vínculo de interesse comum a todos os seres humanos, meio de proporcionar momentos especiais em ambientes agradáveis, satisfação e compartilhamento, modo de dar felicidade às pessoas, etc. – conforme citadas no item 4.1.2.4 – reunidas sob a categoria SOCIAL, pois denotam posturas altruístas em relação à sociedade por meio da gastronomia, sendo essa uma outra qualidade profissional do "chefe de cozinha": alguém que trabalha arduamente por

amor ao que faz e ao que acredita estar fazendo em prol da sociedade, sem preocupar-se com contrapartidas de ordem financeira. Assim, um "chefe de cozinha" é também representado como alguém que trabalha árdua e abnegadamente por amor ao próximo, principalmente por aqueles sujeitos que buscam graduar-se em gastronomia movidos pelo prazer em usar o alimento e os modos da boa mesa para exprimir suas afeições, ainda que profissionalmente.

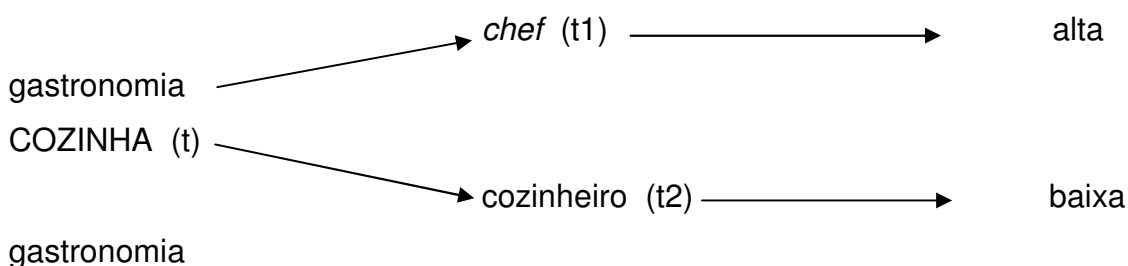
É, portanto, a partir do sentimento de altruísmo que se deve compreender o elemento periférico Requite: por imanência. Preparar uma receita e servi-la afetosamente é como presentear-se a outrem; é oferecer-se como um sabor único a ser degustado; é doar-se com um tão apuro que expressa sentimento; daí o ato comensal estar envolto numa atmosfera de requinte que inclui ocasiões, pessoas e ambientes que exprimem esmero, distinção, predileção; esse o Requite de um profissional "chefe de cozinha". Do contrário, seria extravagância, pois que, vazio de afeto, o Requite se tornaria mera ostentação distante do propósito gastronômico, e não pertenceria à sua representação.

Do mesmo modo se deve depreender o elemento periférico Destreza. Associado ao elemento nuclear Conhecimento, denota as habilidades pelas quais um "chefe de cozinha" maneja os tempos e movimentos para executar de uma receita, e envolve talentos postos em prática que vão desde os critérios de escolha de ingredientes, modos de preparo e de serviço às combinações, ambientes, instrumentos e formas de degustação. Diversamente do propósito gastronômico, poderia ser entendido como aptidão específica para lidar com instrumentos e equipamentos de uma cozinha profissional, ou mesmo como mera capacidade psicomotora. Tradição também é um elemento periférico que se associa ao elemento nuclear Conhecimento, pois a tarefa de transmitir os valores que fazem parte de uma expressão cultural requer um domínio de saberes constantemente avaliado através das tradicionais "provas" anuais a que esses profissionais são submetidos por seus pares para obterem o título de "*chef*".

Assim, a representação do objeto "chefe de cozinha" elaborada por candidatos ao e alunos do curso de Graduação Tecnológica em Gastronomia do Instituto Politécnico Estácio de Sá do Rio de Janeiro se constituiu das qualidades profissionais que lhes foram atribuídas, não diretamente veiculadas pelas mídias de massa. Seus elementos figurativos nucleares são: Arte, Administração, Conhecimento e Poder, que repercutem e se associam aos elementos periféricos

Tradição, Requite, Destreza e Trabalho Árduo, esses últimos compreendidos como decorrentes de posturas afetivas de pensar e agir em relação à gastronomia, profissionalmente ou não.

Se *chef* é constituído pelos e nos processos de comunicação social, sua figura condensa a representação de uma classe profissional, e é por essa representação que candidatos e alunos pensam e agem em relação à profissão. Apesar de ser um trabalho árduo e desgastante, a gastronomia se apresenta como uma arte criativa envolta numa atmosfera de conhecimento, tradição e refinamento, e esses valores – condensados na figura do *chef* – produzem uma representação que incita o desejo de também se tornarem *chefs*, mesmo que por diletantismo. Essa é a estratégia admitida e desenvolvida para constituir a representação do objeto. Por ela se decompõe a noção de “cozinha” (t), em que o termo 1, *chef*, é associado à “alta” gastronomia e estabelece os significados do termo 2, “cozinha”, como sendo “baixa” gastronomia e à ele associando o(a) cozinheiro(a) tradicional, sem formação. A estratégia retórica “dissociação de noções” põe à mostra o discurso que institui a representação de *chef* e a sua associação com a alta gastronomia, isso é, o que se diz a respeito de *chef* / alta gastronomia, se institui pela derrogação do que se diz a respeito de cozinheiro(a) / baixa gastronomia, conforme o quadro abaixo:



Assim, a representação do objeto pode ser designada pelas palavras "profissão", ou "profissional" – tanto pela Sociologia do Trabalho como pelas definições legais – pelo fato de ser constituída por atributos profissionais. Entretanto, em relação à sua área de influência direta – a gastronomia – e para aqueles que nela já atuam, pode também ser designada pela expressão "líder profissional". Isso porque nesse círculo profissional dos "chefes" as "provas" realizadas nos festivais gastronômicos diferenciam os que obtêm aprovação, ou não, e os que se destacam. Para os aprovados é construído um discurso, mas para os

que se sobressaem a crítica constrói ainda um discurso específico, individualizado, glorificando sua arte. A esses é atribuída a condição de liderança. Assim, a estratégia retórica que institui a representação de "chefe de cozinha" não opera apenas dissociando a noção de cozinha e derogando a profissão de cozinheiro sem formação para fazer emergir a do "chefe"; mas também pelo discurso epidítico que exalta a chefia e o chefe – profissão e profissionais – e elege as suas lideranças. São discursos diferentes proferidos por oradores também diferentes, que produzem representações, de certo modo, distintas: uma para a chefia e para os chefes – profissão e profissionais – e outra para as lideranças.

Por isso não se pôde-se perceber, apenas através das metáforas e metonímias evocadas, uma diferença significativa no modo de representar o mesmo objeto entre os ainda candidatos à formação e os já alunos do curso. Para os primeiros – que ainda não tiveram um contato mais direto com a prática – a representação se constituiu por um discurso proferido pelo senso comum, que dissocia as noções de cozinha e faz rebaixar a profissão de cozinheiro e exaltar a profissão de chefe, enquanto que para aqueles que já tiveram contato com o cotidiano gastronômico e já sabem quem é quem na esfera profissional, a representação se constituiu por um discurso epidítico proferido por "chefes" já consagrados que avaliam, identificam e elegem as lideranças que então são reconhecidas como tal pelos demais profissionais da área. Enquanto uma institui a profissão "chefia" e o profissional "chefe", a outra institui o líder.

4.3.2 – CHEFE DE COZINHA: UM LÍDER PROFISSIONAL

O fato de os "chefes de cozinha" reconhecidos por seus pares serem representados como "líderes profissionais" pode ser útil para distinguir uma profissão de uma não profissão. Uma profissão se caracteriza por apresentar um conjunto de conhecimentos reconhecidos pela comunidade dos profissionais e pelos demais atores sociais. Um líder profissional se caracteriza por possuir um conjunto de qualidades que envolvem: prestígio, conhecimento, representatividade, confiança – dentre outras – do mesmo modo reconhecidas pela sua comunidade profissional e pela sociedade. Daí haver necessidade de um aprendizado organizado através dos cursos de formação – do contrário não se tem uma profissão formal – além de

constantes avaliações por seus pares – mesmo para aqueles que já se fizeram reconhecidos – a fim de que sejam consolidadas suas lideranças.

Essa mesma representação do objeto "chefe de cozinha" – "profissão", "profissional" e "líder profissional" – é coerente com a história da gastronomia. A partir de saberes dispersos e pouco ordenados chegou-se a uma profissão organizada e reconhecida: conhecimentos codificados, regras de conduta definidas, exigências para admissão em cada um dos seus segmentos e contínuos exames por líderes já consagrados para legitimação, pela sociedade e por seus pares, como fiel representante de uma manifestação cultural de caráter gastronômico. Por isso, a realização das "provas" anuais – e o Brasil já se insere nesse grupo por meio dos festivais de gastronomia – terem tão amplo significado: reafirmam e aprimoram os critérios de avaliação, prestigiam a profissão, o profissional e o certificam pelo mérito; zelam pela qualidade e tradicionalidade do que é por ele realizado e mantêm viva na memória coletiva as expressões culturais gastronômicas das comunidades, garantindo-lhes perenidade. Sem atender a esses quesitos, a profissão de "chefe de cozinha" deixa de existir, assim como os seus profissionais e líderes. Por isso a importância de Carême: ao criar uma indumentária própria, definir as etapas e os ritmos de uma refeição, determinar os cargos e funções de cada um na cozinha, codificar os modos de preparo e consumo de cada alimento, organizar as receitas tradicionais e os ambientes de degustação, definir os critérios para avaliar quem fez, como fez, e o que fez, mostrou o caminho a ser seguido para quem se dispusesse a trabalhar arduamente para adquirir as habilidades e saberes necessários à administração de uma cozinha profissional capaz de exprimir a arte e o requinte das tradições culinárias de uma cultura, e assim merecer o prestígio e a autoridade de ser reconhecido por seus pares e ser nomeado "chefe de cozinha". Um poder (autoridade) meritamente conquistado e mantido pela reputação sustentada por contínuas avaliações bem sucedidas.

Grandes "chefes" são lideranças profissionais que alcançam reconhecimento por serem certificados por seus pares como sendo os melhores dentre eles; por terem mérito. Assim, os meios de comunicação de massa não determinam nem influem nos resultados de sua avaliação. Apenas refletem o que já foi afiançado por seus pares, da mesma maneira como ocorre com os demais profissionais que obtêm reconhecimento: primeiro, pelos pares; depois, pelos demais. Portanto, a história da gastronomia é a história da constituição da profissão de "chefe de cozinha", e a

justificativa social para a existência dos cursos de formação não se encontra na satisfação do desejo de se tornar *chef*, mas na relevância dada a esse profissional pela sociedade e da sua necessidade, com todas as praxes que afiançam o seu reconhecimento.

Segundo Moscovici (2000, p.126), líder é uma pessoa à qual foi atribuída, formal ou informalmente, a responsabilidade de dirigir e coordenar as atividades relativas às tarefas desempenhadas, e a liderança um fenômeno de influência socialmente constituído que articula os processos de identificação e construção das identidades dos grupos. Uma profissão tem seus líderes, seus porta-vozes, os que ensinam e orientam seus membros. Nos grupos profissionais, essa função realiza-se pelos que, além das habilidades técnicas e cognitivas reconhecidas, coordenam, ensinam e orientam os demais, estimulando o desenvolvimento da profissão. Em se tratando de "chefes de cozinha", são indivíduos que detêm e conduzem saberes afiançados por seus pares que são, em consequência, reconhecidos pela sociedade, sendo a designação de líderes um mérito a mais. Por isso suas lideranças não são questionadas e nem dispersas. A meritocracia – ideal democrático – acentua o prestígio da profissão e reafirma a liderança exercida pelos "chefes de cozinha", e os cursos de formação têm papel relevante na instituição do merecimento, pois consolidam os modos de pensar e agir considerados corretos e fornecem parâmetros de avaliação que vão além das exigências acadêmicas. Assim, os cursos de formação devem justificar-se nessa instância meritocrática – logo devem ser exigentes – pois isso beneficia a sociedade, não se tratando isso de democratização da escola, mas uma reafirmação de que, no universo gastronômico, só a conquista pelo mérito é reconhecida.

4.3.3 – ORIGENS DAS INFORMAÇÕES

Os dados apresentados nas tabelas dos itens 4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.3, 4.1.1.4 e 4.1.1.5 mostraram que, diversamente do que em princípio foi aventado como hipótese, as informações usadas por candidatos e alunos para elaborar a representação de "chefe de cozinha" não provieram, na sua maior parte, das mídias de massa. Tanto em relação aos programas de televisão (24,93) como às matérias publicadas em revistas (26,29), jornais (17,85), livros (25,65) e filmes (24,60) sobre

gastronomia, a média simples das informações aproveitadas da mídias de massa ficou em torno de 24 %, indicando a pouca influência desses veículos na escolha pela formação, numa proporção de 1 para 3 em relação a outras origens.

Esses resultados se mostraram coerentes, ao serem confrontados com os dados apresentados nas tabelas dos itens 4.1.1.6 e 4.1.1.7 que avaliaram a opinião de terceiros em relação à escolha pela formação, ou pelo exercício profissional em gastronomia. Em ambos os casos a opinião foi favorável, tanto pela família (86,47) como pelos amigos (77,85), e a soma desses percentuais apresentaram uma média simples de 17,84 % – próximos à proporção de 5 para 1.

Um terceiro cruzamento – dessa vez com os dados apresentados na tabela do item 4.1.2.1, que verificou as outras origens das informações que influenciaram na escolha pela formação que não as oriundas dos meios de comunicação de massa, ou de publicações especializadas – mostrou que, num universo de 74 sujeitos, a opção pela gastronomia se deveu mais por motivos pessoais (38) e sociais (20) – média simples de 51% e 27 %, respectivamente, perfazendo um total de 78 %, o que significa uma proporção de 5 para 1 – sendo a opção por motivos sociais ter sido por influência direta de familiares e amigos, sem variações significativas entre as opiniões de candidatos e alunos, o que confirmou as incidências verificadas nas duas avaliações anteriores.

Os dados acima apresentados demonstraram que a proposição inicial de que os meios de comunicação de massa e as publicações especializadas em gastronomia tenham exercido influência preponderante na escolha pela formação é inválida. Esclareceram que o que mais motivou a busca pela formação foram, em primeiro lugar, razões de natureza pessoal, que podem ser entendidas como a satisfação de um desejo próprio de bem conhecer a arte gastronômica para aplicá-la no cotidiano doméstico pelo prazer de usufruir da boa mesa. De fato, as justificativas apresentadas mostraram que, para esses sujeitos, a gastronomia é exercida como meio de corresponder a um deleite pessoal, ainda que partilhada com familiares e amigos.

Em segundo lugar, razões de natureza social foram as causadoras da busca pela formação, entendidas como heranças familiares ou influências de amigos que tiveram ou têm contato com a gastronomia, profissionalmente ou não. Suas justificativas também assinalaram que essas influências despertaram o desejo de melhor conhecer a arte gastronômica para exercê-la recreativamente, no ambiente

doméstico. As demais influências que provocaram o interesse pela formação foram as de natureza profissional (11 %) e midiática (5,4 %), ambas estimuladas por informações veiculadas nas mídias de massa, pouco significando em relação às de natureza pessoal e social.

4.4 – CONCLUSÃO

As metáforas e metonímias evocadas para representar o objeto estiveram estritamente vinculadas à atividade profissional do "chefe de cozinha", e os discursos que instituíram os significados da gastronomia operaram por meio do esquema argumentativo "dissociação de noções". Em princípio, caracterizando o local de trabalho – a cozinha – cuja noção é dissociada entre cozinha doméstica e cozinha profissional, daí resultando na associação da cozinha doméstica com a culinária cotidiana – "baixa" gastronomia – e a cozinha profissional com a "alta" gastronomia, assim como os seus atores entre "cozinheiros" e "chefes".

Esse primeiro discurso é, em geral, oriundo do senso comum, onde circulam as informações sobre o universo gastronômico e que foram assimiladas, principalmente, pelas relações sociais diretas e pelos meios de comunicação. Contudo, esse último veículo pouco influenciou na decisão de buscar a formação em gastronomia, o que anulou a hipótese apresentada. Os dados totalizados no item 4.1.2.1 mostraram que os fatores mais motivadores na busca pela formação foram os de natureza pessoal (47 %) e social (23 %), entendidos respectivamente como desejo de satisfazer uma demanda própria de prazer através da gastronomia, e como modo de assimilar tradições de família ou influências de amigos. Depois, por razões de ordem profissional (9,2 %), e em último caso por influência das mídias (4,6 %).

Os sujeitos candidatos foram mais suscetíveis a esse discurso, pelo fato de que, na maioria dos casos, não tinham contato direto com a prática gastronômica e desconheciam os critérios que fazem um profissional ser nomeado "chefe". Por isso, constituíram uma representação ainda distante da realidade do objeto, que apesar de trazer no seu bojo os mesmos elementos considerados pelos demais sujeitos alunos, diferenciaram-se na interpretação que deram ao significado de alguns elementos. Ao Requite – elemento periférico – atribuíram um significado mais próximo dos ambientes sofisticados, e menos aproximado da relação afetiva que

permeia o ato gastronômico; um Requite mais atribuído pelo significado festivo e *glamouroso* do que pelo afetivo.

O mesmo ocorreu com a Destreza – elemento também periférico – mais significado como habilidade prática em lidar com instrumentos e equipamentos do que propriamente coordenar os tempos e movimentos de uma brigada para execução das receitas, entre outras aptidões. Também o elemento Tradição – ainda periférico – foi significado por esses sujeitos mais como o ato de reproduzir receitas consagradas, ou de família, e menos como compromisso de repassar conhecimentos às seguintes gerações, e ainda menos como meio de avaliar e reconhecer por mérito. Assim, para os sujeitos candidatos – e um pouco menos para os alunos do 1º período – Requite, Destreza e Tradição pesaram mais intensamente na elaboração da representação – sem, contudo, deformá-la, ou confundir esses elementos com os nucleares – em função do desconhecimento desses sujeitos da realidade prática da gastronomia. Assim, ao comparar "chefe de cozinha" com outras profissões, as mais referidas são as intelectuais: professor, médico, mestre, arquiteto, engenheiro, químico, administrador, etc. Não se compara "chefe de cozinha" com cozinheiro – o que seria natural – pois as qualidades atribuídas para cada um desses profissionais foram anteriormente separadas quando da instituição dos significados de gastronomia. Por isso são atraídos à busca pela formação por informações que põem em evidência requinte e tradição.

Somente depois da experiência prática vivenciada nas aulas que ocorrem nos laboratórios a partir do 2º período e do contato mais direto com o universo gastronômico é que esses elementos vão sendo aos poucos (re)significados e compreendidos num sentido mais próximo da realidade. Esse processo não caracteriza uma transformação da representação em outra; apenas uma (re)significação da mesma.

O discurso que institui o significado de "chefe de cozinha" e elege os seus líderes emana do próprio meio gastronômico, e é melhor assimilado pelos alunos a partir do 2º período em diante. Mais familiarizados com as regras do fazer e avaliar, esses sujeitos representam o objeto atribuindo-lhe qualidades mais bem compreendidas, seja por meio do contato direto e continuado com os demais estudantes na vivência escolar, seja na prática para os que já atuam profissionalmente. Contudo, no mais das vezes ainda incorrem no equívoco de se perceberem "chefes", ou mesmo autodefinirem-se como tal antes mesmo de se

graduarem, ou sem que tenham experiência prática para tanto. Chefes de cozinha consagrados afirmam que, antes possuir 20 anos de prática profissional, ninguém pode ser considerado um "chefe" (BOULUD, 2004; SUAUDEAU, 2004; BOURDAIN, 2001). Não obstante, os cursos de formação têm trabalhado para repassar a idéia de que só no tempo longo de uma dedicada prática profissional pode-se obter o reconhecimento de seus pares e adquirir esse *status*.

No processo de constituição da profissão de *chef de cuisine*, Carême definiu as bases da sua organização e estabeleceu as regras a serem seguidas por aqueles que se dispusessem trilhar o caminho da chefia. Dentre esses quesitos encontram-se as "provas" – degustações periódicas que têm por objetivo avaliar o talento e o desempenho na execução das receitas – até hoje empregadas como meio de certificação pelo mérito, cujo resultado é a produção de um discurso apropriado para glorificar os talentos daqueles que obtêm aprovação. Esse critério se difundiu pelo mundo e é aceito por todos os envolvidos com a arte. No Brasil, essas avaliações se realizam nos festivais gastronômicos, que têm como juízes consagrados nomes da gastronomia nacional e internacional, e as escolas de formação seguem essa mesma conduta, sendo ou estando, na sua grande maioria, dirigidas ou ligadas a chefes ou instituições de renome.

É, portanto, sob a estratégia discursiva epidítica que os significados de "chefe de cozinha" são apreendidos por candidatos e alunos e usados para representá-lo. Arte, Administração, Conhecimento e Poder são os elementos significantes formadores do seu núcleo figurativo, e Destreza, Tradição, Requite e Trabalho Árduo os elementos significantes periféricos com os quais se correspondem. Candidatos e alunos possuem a mesma representação do objeto, com pequenas variações na intensidade de alguns elementos periféricos. Às mídias, cabe o papel de repercutir as significações atribuídas ao objeto, previamente afiançadas pelos demais profissionais e suas lideranças.

Contudo, entrevistas realizadas em fevereiro de 2009 com professores do curso indicaram uma mudança de postura entre os candidatos ao ingresso nesse ano. Como de praxe, nas aulas inaugurais são realizadas dinâmicas com o objetivo de melhor conhecer os alunos e suas expectativas em relação à formação, tendo sido percebida a partir de segundo semestre de 2008 – época em que foi firmado o convênio entre a Instituição e a renomada escola gastronômica Alain Ducasse Formation (ADF) – uma mudança no perfil desses sujeitos. Até o primeiro semestre

de 2008, o curso possuía um conjunto de alunos constituído por dois grupos básicos: um maior, formado por pessoas com idade média de 40 anos que buscavam a formação para atender a um prazer pessoal, e outro menor, formado por pessoas mais jovens, entre 25 e 30 anos, que já atuavam profissionalmente no mercado gastronômico e buscavam qualificação. Percebeu-se que um número maior de alunos mais jovens – boa parte deles oriundos do ensino médio – foram *atraídos pelo glamour de uma profissão que se encontra em grande evidência na mídia* (grifo nosso). Segundo os professores entrevistados, diversos alunos sem nenhuma experiência prática na área, ou sequer conhecimento do assunto, foram estimulados a buscar a formação em gastronomia por influência de programas de televisão, notadamente o apresentado pelos ingleses James Oliver e Gordon Ramsey. Todavia, a maioria desses alunos jamais tinha ouvido falar de Alain Ducasse, e escolheram a Instituição por dela terem tido boas referências. Ou seja, embora não identificassem a importância da Alain Ducasse Formation e do seu titular no mundo gastronômico internacional, houve interesse pela formação e predileção pela Instituição movidos somente por influência de um veículo de comunicação de massa.

Essa constatação – embora recente – não é suficiente para validar a hipótese proposta; apenas mostra estar havendo uma mudança de postura por parte daqueles que buscam graduar-se em gastronomia, e indica que a área se encontra em constante transformação. Também acrescenta um dado a mais que pode ser futuramente aproveitado para orientar outros caminhos de investigação.

5 – ANEXOS

Anexo 1 – FORMULÁRIO DE ENTREVISTA

Candidato / Período:

(1) Programas de televisão influenciaram na escolha: S / N
Em caso positivo, quais?

(2) Revistas influenciaram na escolha: S / N
Em caso positivo, quais?

(3) Jornais influenciaram na escolha: S / N
Em caso positivo, quais?

(4) Livros sobre gastronomia influenciaram na escolha: S / N
Em caso positivo, quais?

(5) Filmes sobre o tema influenciaram na escolha: S / N
Em caso positivo, quais?

(6) Caso negativo, o que fez optar pela gastronomia?

(7) Família diz que fez boa escolha profissional: S / N
Porque:

(8) Amigos dizem que vale a pena: S / N
Porque:

(9) Se tivesse que associar a imagem do *chef* a um objeto, qual seria?
Justifique:

(10) Se tivesse que associar a imagem do *chef* a outra profissão, qual seria?
Justifique:

(11) Pensa que a gastronomia é:

Anexo 2 – QUADRO DE DEFINIÇÃO DAS PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA

PERGUNTAS	DEFINIÇÃO
1 – PERÍODO	CLASSIFICA OS SUJEITOS CONFORME O ESTÁGIO QUE SE ENCONTRA NA BUSCA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA. ESTÁ SUBDIVIDIDA EM: 3.1 – CANDIDATO 3.2 – 1º PERÍODO 3.3 – 2º PERÍODO 3.4 – 3º PERÍODO 3.5 – 4º PERÍODO 3.6 – 5º PERÍODO
2 – VEÍCULO DE INFORMAÇÃO	IDENTIFICA AS MÍDIAS ATRAVÉS DAS QUAIS AS INFORMAÇÕES SOBRE O OBJETO FORAM OBTIDAS, E IMPORTARAM NA ESCOLHA PELA FORMAÇÃO. ESTÁ SUBDIVIDIDA EM: 7.1 – PROGRAMAS DE TELEVISÃO 7.2 – REVISTAS 7.3 – JORNAIS 7.4 – LIVROS DE GASTRONOMIA 7.5 – FILMES 7.6 – OUTROS VEÍCULOS
3 – OPINIÃO DE TERCEIROS SOBRE A FORMAÇÃO	IDENTIFICA OPINIÕES DE TERCEIROS, SOBRE A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA. ESTÁ SUBDIVIDIDA EM: 10.1 – FAMÍLIA 10.2 – AMIGOS
4 – IMAGEM DO <i>CHEF</i> , ASSOCIADA A UM OBJETO	IDENTIFICA, ATRAVÉS DE EXPRESSÕES DE SENTIDO FIGURADO, OBJETOS ASSOCIADOS À IMAGEM DO CHEFE DE COZINHA.
5 – IMAGEM DO <i>CHEF</i> , ASSOCIADA A UMA OUTRA PROFISSÃO	IDENTIFICA, POR MEIO DE METONÍMIAS, PROFISSÕES ASSOCIADAS À IMAGEM DO CHEFE DE COZINHA.
6 – OPINIÃO SOBRE A GASTRONOMIA	IDENTIFICA A OPINIÃO PESSOAL DO ENTREVISTADO SOBRE A ARTE GASTRONÔMICA, E O SENTIDO PRÁTICO QUE ELA ASSUME EM SUA VIDA.

Anexo 3 – QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS ORIGENS E FREQUÊNCIAS DAS INFORMAÇÕES QUE MOTIVARAM A ESCOLHA PELA FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA

CATEGORIAS	DEFINIÇÃO
1 – SOCIAL	Palavras ou expressões que indicam ter sido a escolha pela formação em gastronomia motivada por influência da família ou de amigos.
2 - PESSOAL	Palavras ou expressões que indicam ter sido a escolha pela formação em gastronomia motivada pela satisfação de um desejo pessoal.
3 - PROFISSIONAL	Palavras ou expressões que indicam ter sido a escolha pela formação em gastronomia motivada por razões profissionais.
4 - MIDIÁTICO	Palavras ou expressões que indicam ter sido a escolha pela formação em gastronomia motivada por influência da mídia.

Anexo 4 – QUADRO DE DEFINIÇÃO DE CATEGORIAS REFERENTES ÀS QUESTÕES INDUTORAS DE METÁFORAS E METONÍMIAS USADAS PARA DEFINIR O OBJETO REPRESENTADO

CATEGORIAS	DEFINIÇÃO
<p>1 – METÁFORAS E METONÍMIAS EVOCADAS</p>	<p>CLASSIFICA, ATRAVÉS DE EXPRESSÕES DE SENTIDO FIGURADO, E DE METONÍMIAS, ASSOCIAÇÕES À IMAGEM DO CHEFE DE COZINHA. ESTÃO SUBDIVIDIDAS EM:</p> <p>1.1 – PODER / AUTORIDADE Metáforas / metonímias associadas ao exercício do poder ou da autoridade.</p> <p>1.2 – CONHECIMENTO / SABEDORIA Metáforas / metonímias associadas à posse de conhecimentos ou atitudes de sabedoria.</p> <p>1.3 – DESTREZA Metáforas / metonímias associadas à aptidão e agilidade.</p> <p>1.4 – ARTE Metáforas / metonímias associadas à criatividade e sensibilidade artísticas.</p> <p>1.5 – TRADIÇÃO Metáforas / metonímias associadas à resistência ao novo.</p> <p>1.6 – REQUINTE Metáforas / metonímias associadas à sofisticação e ao <i>glamour</i>.</p> <p>1.7 – ADMINISTRAÇÃO Metáforas / metonímias associadas à gestão.</p> <p>1.8 – TRABALHO ÁRDUO Metáforas / metonímias associadas ao trabalho árduo, sob pressão ou estressante.</p>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIC, J. C. **De l'importance des representations sociales dans les problèmes de l'exclusion sociales.** In: **Exclusion sociale: insertion et prevention.** Saint Agne: Eres, 1996.

ALVES-MAZZOTI, Alda Judith. GEWANDSZNAJDER Fernando. **O Método nas ciências naturais e Sociais.** São Paulo : Pioneira Thomson Learning, 2004.

ATALA, Alex. DÓRIA, Carlos Alberto. **Com unhas, dentes e cuca: prática culinária e bate-papo cabeça.** São Paulo: Senac, 2008.

AYMARD, André. AUBOYER, Jeannine. **História geral das civilizações – O Oriente e a Grécia Antiga.** Rio de Janeiro – São Paulo: Difel, 1977.

AZULAY, Paloma Larrat de. **Banquetes midiáticos: a gastronomia na mídia e as novas tendências na cultura do consumo contemporâneo.** Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio de Janeiro/ECO, Rio de Janeiro, 2005.

BANAS, Alan. **O momento é agora. Profissionalize-se! Com o rápido crescimento do setor de alimentação fora do lar, universidades, escolas e faculdades se voltam para o mercado.** Cozinha profissional. São Paulo, p. 13-15, agosto de 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 2002.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade.** Petrópolis: Vozes, 2002.

BOLAFFI, Gabriel. **A saga da comida: receitas e histórias.** Rio de Janeiro: Record, 2000.

BOURDAIN, Anthony. **Cozinha confidencial.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BOULUD, Daniel. **Conselhos a um jovem chef.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

BOURDIEU, P. **Le sens pratique.** Paris: D. Minuit, 1980.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. **A fisiologia do gosto.** São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e sociedade: uma história da alimentação.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CASTELS, Manuel. **O poder da identidade.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. **Anais do cotidiano.** In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: morar, cozinhar.** Petrópolis: Vozes, 2002. pp. 31-33.

_____ ; GIARD, Luce. **Espaços privados**. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: morar, cozinhar**. Petrópolis: Vozes, 2002. pp. 203-207.

DUCASSE, Alain. **Nenhum chef é gênio**. Entrevista concedida à Revista Veja, edição 2028, ano 40, nº 39. São Paulo: Ed. Abril, 03 de outubro de 2007.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet**. São Paulo: Senac, 2001.

FREYRE, Gilberto. **Sobrados e mocambos**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GHIGLIONE, Rodolphe. MATALON, Bemjamim. **O inquérito**. Lisboa: Celta, 1997.

GREIMAS, A. J. **La soupe au pistou ou la construction d'un objet de valeur**. In: **Du Sens II. Essais Sémiotiques**. Paris: Seuil, 1983.

JODELET, Denise. (Org). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

_____. **Imbricações entre Representações Sociais e intervenção**. In: MOREIRA, Antonia Silva. CAMARGO, Brigida Vizeu. **Contribuições para a teoria e o método de estudos das Representações Sociais**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2007.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.

LENOIR, Jean. **Par le bout du nez**. In: **Le Mangeur. Menus, mots et maux**. Revue Mangeurs, nº 138. Paris: Ed. Autrement, 1993.

MADEIRA, Margot Campos. **Um aprender a viver : educação e representação social**. In: MOREIRA, Antonia Silva Paredes; OLIVEIRA, Denise Cristina de. (Orgs) **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB Editora, 1998.

MAFFESOLI, M. **Le temps des tributs. Le declin de l'individualisme dans les sociétés de masse**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1998.

MAZZOTTI, Tarso. **Representações sociais**. 2007. Notas de aula.

_____. **Núcleo figurativo: themata ou metáfora?** In: **Revista do Programa de estudos pós-graduados em Psicologia da Educação**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, n. 1, dez. 1995.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

PIETROLUONGO, Márcia Atália. **O espetáculo do instante: uma análise das representações sociais do discurso gastronômico francês.** Tese (Doutorado em Língua Francesa e Literaturas de Língua Francesa) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Departamento de Letras Neolatinas. Rio de Janeiro, 1997.

POINT, Fernand. **Ma gastronomie.** Paris: Flammarion, 1969.

RENTERÍA GUERRERO, Enrique Raúl. **O sabor moderno: da Europa ao Rio de Janeiro na República Velha.** Tese (Doutorado em História) - PUC-RJ / Departamento de História, Rio de Janeiro, 2003.

SÁ, Celso Pereira de. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SENDERENS, Alain. **Artiste de l'instant.** In: **La Gourmandise. Délices d'un péché.** Revue Mangeurs, nº 140. Paris: Ed. Autrement, 1993.

SCHIELE, Bernard. BOUCHER, Louise. **A exposição científica: uma maneira de representar a ciência.** In: JODELET, Denise. (Org). **As Representações Sociais.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

SUAUDEAU, Laurent. **Cartas a um jovem chef.** São Paulo: Alegro, 2004.

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Renata Maria do. **Gastronomia: prato do dia do jornalismo cultural**. 118 folhas: il.; fig.; tab. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

ANDRADE, Daniela Barros da Silva; SOUZA, Clarilza Prado de. **Se a escola pudesse ser outra coisa, que coisa ela seria?** In: Revista Educação & Cultura Contemporânea. Programa de Pós-graduação em Educação - Mestrado em Educação, vol. 6, n. 11, jul / dez. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2008.

ATALA, Alex. **Por uma gastronomia brasileira**. São Paulo: Bei Comunicação, 2003.

_____. CHAGAS, Carolina. **Escoffianas brasileiras**. São Paulo: Larousse Brasil, 2009.

BOGUSZEWSKI, José Humberto. **Uma história cultural da erva-mate: o alimento como linguagem e suas representações**. Curitiba : UFPR/CCHLA, 2007. Dissertação (Mestrado em História). Disponível em: <http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/pesquisas/pesquisas.html>

BRASIL. **Decreto 3.551, de 04 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional de Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Brasília, DF, Diário Oficial da União de 07 de agosto de 2000. Disponível em <<http://www.minc.gov.br/legisl/docs/D-003551.htm>>. Acesso em: 21 de julho de 2007.

CARVALHO, Joana Muller de. **Angu à baiana: memórias e identidades no Rio de Janeiro**. Monografia (Graduação em Ciências Sociais). PUC-RJ / Departamento de Sociologia e Política. Rio de Janeiro, 2006.

CASCUDO, Luis da Câmara. 1983. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983.

CHAUÍ, Marilena de Souza; CHAUÍ, Laura de Souza. **Professoras na cozinha: pra você que não tem tempo nem muita experiência**. São Paulo: Senac, 2001.

DROUARD, Alain. **La science de gueule**. In: **La gourmandise: délices d'un peché**. Paris: Autrement, 1993.

FERREIRA, Carlos Alberto; RESENDE, Érica dos Santos. PATACO, Vera Lucia Paracampos. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos, dissertações e teses**. UNESA-RJ / Gerência Geral de Bibliotecas. Rio de Janeiro, 2002.

FLAMENT, Claude. **Estrutura e dinâmica das representações sociais**. In: JODELET, Denise. **Representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

FLANDRIN, Jean-Louis. **A distinção pelo gosto**. In: CHARTIER, Roger (org).

História da vida privada: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. pp. 267-309.

_____. **Da dietética à gastronomia, ou a libertação da gula.** In: CHARTIER, Roger (org). **História da vida privada: da Renascença ao Século das Luzes.** São Paulo: Companhia das Letras, 1991. pp. 321-369.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação.** São Paulo: Estação Liberdade, 1998. pp. 667-688.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** sd. Disponível em: <<http://houaiss.uol.com.br>>. Acesso em: 12 de agosto de 2007.

POINT, Fernand. **Ma gastronomie.** Paris: Flammarion, 1969.

REVEL, J.F. **Um banquete de palavras.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SEYMOR, Diane. **A construção social do gosto.** In: SLOAN, Donald. **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor.** Barueri, SP: Manole, 2005.

SLOAN, Donald. **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor.** Barueri, SP: Manole, 2005.

SOBRINHO, Barbosa Lima. **A língua portuguesa e a unidade do Brasil.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

SOUZA, Clarilza Prado de. **Estudos de representações sociais em educação.** São Paulo: Revista Psicologia da Educação, n. 14/15, 1º e 2º sem., pp. 285-323, 2002.

VISSER, M. **O ritual do jantar.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)