

Nathalia Lima Pinto

**APETITE POR MUDANÇA:  
GASTRONOMIA E SUSTENTABILIDADE EM DIÁLOGO**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Doutora em Ciências Humanas  
Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Julia Silvia Guivant  
Coorientador: Prof. Dr.Sérgio Schneider

Florianópolis  
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Pinto, Nathalia Lima  
Apetite por mudança : gastronomia e  
sustentabilidade em diálogo / Nathalia Lima Pinto ;  
orientadora, Julia Silvia Guivant, coorientador,  
Sérgio Schneider , 2018.  
270 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa  
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas,  
Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em  
Ciências Humanas, Florianópolis, 2018.

Inclui referências.

1. Ciências Humanas. 2. Gastronomia. 3.  
Sustentabilidade. 4. Práticas alimentares. 5.  
Chefs. I. Guivant, Julia Silvia. II. Schneider ,  
Sérgio. III. Universidade Federal de Santa  
Catarina. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar  
em Ciências Humanas. IV. Título.

Nathalia Lima Pinto

**APETITE POR MUDANÇA:  
GASTRONOMIA E SUSTENTABILIDADE EM DIÁLOGO**

Esta Tese foi julgada adequada para obtenção do Título de “Apetite por mudança: Gastronomia e sustentabilidade em diálogo” e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas

Florianópolis, 09 de julho de 2018.

---

Profa. Dra. Carmem Rial  
Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

---

Profa. Dra. Julia Silvia Guivant  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. Adilson Francelino Alves  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná

---

Profa. Dra Marília Luz David  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Profa. Dra Janine Helfst Leicht Collaço  
Universidade Federal de Goiás



Para minha querida Fifi.



## AGRADECIMENTOS

Escrever esta tese foi uma das melhores e mais desafiadoras escolhas da minha vida. Chego ao final desta etapa, concluindo que a mesma Nathalia que iniciou esta tese, não é a mesma que termina, em inúmeros aspectos. Comecei esta tese como uma estudante tímida e insegura, com dificuldade de lutar pelos meus argumentos e ocupar espaços que me pertenciam. Somado ao fato de conciliar os estudos com muitas limitações trazidas pela maternidade solo, sem dúvida estes fatores não colaboraram para que eu tivesse a carreira brilhante que almejava. Durante estes quatro anos de pesquisa, muita coisa mudou na minha vida para melhor. Ao concluir esta tese, também concluo que o processo de tornar-se doutora me empoderou muito mais que eu imaginava. A escolha pelo Doutorado Interdisciplinar foi muito importante. Sentir a liberdade de inovar na pesquisa a partir de temáticas contemporâneas utilizando referências teóricas e metodológicas criativas foi bastante instigante, o que me faz sentir ter amadurecido bastante, na teoria e na vida.

A primeira pessoa que eu preciso agradecer é minha orientadora Julia Guivant. Quando mandei aquele e-mail sem muita expectativa de aceite para orientação, ela foi muito gentil em me aceitar e confiar no potencial do projeto. Ter uma orientadora que te enxerga para além de um estudante e tem a sensibilidade para entender tua trajetória de vida e tuas limitações foi providencial durante este período. Isso não significou um menor rigor com a qualidade da pesquisa, mas ela me fez sentir que além de ter uma orientadora brilhante, eu também tinha uma amiga. Como já disse inúmeras vezes a ela, mas necessário deixar aqui registrado nesta tese, você é uma das principais inspirações de cientista e mulher que eu tenho e que pretendo sempre me espelhar ao longo da minha carreira.

Em seguida, agradeço a Capes pela concessão das bolsas de pesquisa no Brasil e no exterior. Meu doutorado também foi testemunha de um período histórico muito triste para a política nacional, onde parte da verba destinada a educação sofreu severos cortes. Estes cortes impactaram diretamente na nossa atividade de pesquisa, e somente após muita dedicação da Julia, conseguimos viabilizar o projeto CAPES/NUFFIC, onde eu pude realizar meu doutorado sanduíche na Holanda. Aqui preciso agradecer em especial, Cristina e Ricardo do DICH e Corry do ENP por toda a ajuda com as praticidades que viabilizaram esta tese. Gostaria de agradecer meu orientador holandês Peter Oosterveer pela gentileza de receber e me introduzir num universo muito diferente do meu. Aos colegas do ENP, gostaria de agradecer pela valiosa contribuição na minha vida acadêmica, apesar do constante mau

tempo, as dificuldades com meu inglês, ainda inicial, e primeiras palavras em holandês. Em especial queria agradecer minha amiga Taby, que foi o presente que o ENP me deu pra vida. PROUST!

Viver um intercâmbio com a Julinha na Holanda foi uma experiência muito transformadora. Foi a minha primeira vez na Europa e eu vivi cada momento muito intensamente, até mesmo todos os dias frios, cinzas com holandeses mal humorados. Aqui preciso agradecer aos amigos mais que especiais que fizeram parte de nossa aventura. Márcia e Duda por nos fazerem sentir em casa mesmo tão longe. Ter vocês duas na chegada a Holanda fez tudo ser lindamente fácil e feliz. Nosso apartamento era uma pequena extensão do Brasil, colorido, alegre e cheio de amor. Levarei vocês duas pra sempre no meu coração. Julia Assis, não sei como tudo teria sido sem você, serei eternamente grata pelos cafés da manhã/aulas de inglês, pelas salsas e bares fantasmas em Wageningen, pelo Natal na Bélgica, pelas degustações infinitas de cervejas belgas, pelas pastas de domingo e pelos abraços apertados de todos os dias. Simone, que alegria ter me tornado sua amiga. Meu palpite diz que amizades que nascem de momentos tão delicados da nossa vida, tendem a durar pra sempre. Você, Melina e Sofia agora serão nossa família emprestada do outro lado do oceano. Nós amamos vocês. Também agradeço aos amigos brazucas na Holanda: Dani, Gabi, Vanja e Anabelle (e família) por manterem a comunidade de brasileiros em Wageningen sempre unida.

Até aqui, acho que estaria de bom tamanho para uma experiência de vida trazida pelo doutorado. Mas ainda teve mais. Durante esse ano de intercâmbio, eu conheci meu grande amor, Tijke. Além de meu namorado, ele foi meu guia turístico, meu professor de idiomas diversos, meu companheiro de viagens, meu assistente de campo, dentre outras infinitas qualidades que fizeram com que eu me apaixonasse perdidamente. Obrigada pelos vídeos matinais, pelas longas conversas por telefone, por todas as palavras de apoio e coragem (sim, eu serei uma pesquisadora muito famosa). Obrigada pela paciência de me esperar. Em breve estaremos juntos, eu você, Julia e Tiago! IK HOU VAN JE.

Isso faz com que eu comece a falar sobre os desafios de fazer um doutorado. Depois da fase maravilhosa de trabalho de campo visitando restaurantes mundo a fora, que vale lembrar que não significa a mesma coisa que desfrutar de deliciosas refeições (\$), o processo de escrita de uma tese é um processo muito solitário, que oscila entre dias iluminadores e produtivos, e outros de completo branco na página do computador. Nestes dias solitários, preciso agradecer aos que me ajudaram a desviar da solidão e dos medos. Fifi, esta tese é dedicada à você, como tudo na

minha vida. Obrigada por me acompanhar nas muitas aulas de doutorado, nas aulas de francês e inglês e principalmente pela paciência com a mamãe quando muitas vezes precisei estudar enquanto você brincava sozinha, depois disso vamos poder aproveitar juntas mundo a fora. Mãe, você é meu porto seguro, obrigada pelas comidinhas, pelas brincadeiras, pelo chimarrão, pela paciência e pela fé em mim. Você sempre faz com que eu me sinta a melhor pessoa do mundo. Pai Irceu, você não é muito bom com as palavras, mas eu sei que você sente um orgulho danado de mim. Tia Dida, obrigada pelos melhores conselhos da vida. Acho que nunca tomarei uma decisão importante sem te consultar. Você é a minha guru. Tia Lúcia, eu acho que não somos oficialmente da mesma família por um descuido do universo. Obrigada pelo amor, incentivo, apoio e prestígio em todas as fases da minha vida. Sei que vamos desbravar este mundão juntas ainda, mas agora do outro lado do Atlântico.

Agora um agradecimento a família que eu escolhi: As melhores amigas do mundo: Ana, eu acho que só segui uma carreira acadêmica por sua causa. Quando eu ainda estudava administração, você tinha toda a paciência de explicar teoria Marxista para que eu não fosse cooptada pelo capitalismo. Acho que deu certo. Apesar de agora a gente tá bem longe do velhinho barbudo, você sempre foi minha inspiração antropológica falando sobre os autores que eu só ia conhecer muitos anos mais tarde. Eu sempre adorei nossas conversas. Só fico triste de nós estarmos terminando o doutorado ao mesmo tempo porque você não pode ler meus capítulos e fazer as melhores críticas. Quero escrever muitos artigos junto contigo comendo queijo e tomando vinho em algum lugar no inverno Europeu, com meu “sobrinho” e afilhado primogênito e agora com Francisco no forninho.

Fê e João, obrigada por acompanharem minha trajetória em tantos momentos desse doutorado. Fê, obrigada por ser minha família em Floripa, por ser minha gêmea siamesa loira, guia espiritual, por guardar minha mudança na sua sacada, minha sócia em empresas fictícias e por ter me dado um sobrinho tão simpático e legal. Paulinha, você é a pessoa mais sábia e precoce que conheço, obrigada pelos conselhos sempre muito racionais e por me ajudar a ver meus devaneios de uma forma mais lúcida. Eu sinto sua falta todos os dias na minha vida, você é como uma parte de mim que está muito longe. Fran, minha parceira de muitos carnavais, obrigada por ser minha amiga ponta firme, que é capaz de virar o mundo do avesso pra me ajudar. Obrigada por amar a Julia quando ela era uma criança chatinha. Sempre vou guardar isso no meu coração. Muito amor pelo meu sobrinho Raul. Carolzinha, você tem o coração mais lindo que eu conheço. Adoro ver o mundo pelos seus olhos, você

tem uma sensibilidade onde tudo é muito mais bonito e legal. Sei que todo mundo reclama que você se atrasa, mas eu acho que você é o exemplo vivo do que é mindfulness na prática. Manu, obrigada por me visitar em todos os lugares do mundo. Espero que você continue fazendo isso pra sempre! Eu admiro profundamente sua coragem e sua gana de ganhar o mundo, não foi à toa que nomeei a posteriori madrinha da Julia. Amo sua capacidade de estar presente mesmo ausente. Nati, obrigada por cuidar de mim e me trazer mais equilíbrio na vida. Você foi a melhor vizinha de múltiplos endereços que eu já tive na vida. Sua alma é linda. Mônica, a minha tese começou e terminou no seu escritório, a energia da sua casa e sua companhia me deram muita inspiração para escrever esse trabalho. Gosto tanto de você! Obrigada pela bondade e o carinho que você sempre teve comigo e a Júlia. Isabel, você é amiga mais louca e iluminada que eu tenho. Obrigada por me apresentar o mundo da agroecologia de forma tão apaixonada e vívida. O mundo é nosso e apenas começamos a dominá-lo contra o agronegócio!

Por fim gostaria de agradecer meus colegas do IRIS: Ricardo, Marilia, Krisciê, Debérson, Naína, Maria Olandina, Manu, Andreza, Paulinho e Pedro. Sem dúvida as reuniões na antiga casa Julia, nossas conversas no IRIS, reuniões, encontros nos bares e cervejas artesanais, food trucks e restaurantes de Floripa sempre foram momentos incríveis de aprendizado que vou guardar com muito carinho na minha memória. Sou muito grata a cada um de vocês.

A partir daqui, começo um novo capítulo na minha vida. Veel Succes.

## O açúcar

O branco açúcar que adoçará meu café  
nesta manhã de Ipanema  
não foi produzido por mim  
nem surgiu dentro do açucareiro por milagre.

Vejo-o puro  
e afável ao paladar  
como beijo de moça, água  
na pele, flor  
que se dissolve na boca. Mas este açúcar  
não foi feito por mim.

Este açúcar veio  
da mercearia da esquina e tampouco o fez o Oliveira, dono da mercearia.

Este açúcar veio  
de uma usina de açúcar em Pernambuco  
ou no Estado do Rio  
e tampouco o fez o dono da usina.

Este açúcar era cana  
e veio dos canaviais extensos  
que não nascem por acaso  
no regaço do vale.

Em lugares distantes, onde não há hospital  
nem escola,  
homens que não sabem ler e morrem de fome  
aos 27 anos  
plantaram e colheram a cana  
que viraria açúcar.

Em usinas escuras,  
homens de vida amarga  
e dura  
produziram este açúcar  
branco e puro  
com que adoço meu café esta manhã em Ipanema.

Ferreira Gullar



## RESUMO

Esta tese analisa o papel dos chefs como atores-chaves na construção de redes que trazem a existência uma versão sustentável da gastronomia. Através de um estudo centrado nas práticas, nosso objetivo foi identificar quais são os registros de valorização destas práticas culinárias e sua relação com a sustentabilidade. Tendo como norte a noção de transição para sustentabilidade nos mercados alimentares, o fio condutor foi investigar como se dá tal processo de mudança a partir de um enfoque na cozinha profissional, especialmente restaurantes, e, como esta nova forma de cozinhar produz novos arranjos e infraestruturas dentro do sistema alimentar. A análise está situada através de articulação de diferentes teorias, inspirada por estudos da teoria do ator-rede (ANT), teoria das práticas e da teoria das transições.

Argumentamos que os chefs modificam suas interpretações dos ingredientes estreitamente ligados a uma concepção de natureza comestível, adicionando e removendo uma série de normatividades que se baseiam na potencialidade do sabor dos ingredientes frescos e sazonais. Para tal, desconstruiu-se a noção de gastronomia clássica de tradição francesa, demonstrando as principais modificações e inovações desta cuisine sustentável, na infraestrutura do restaurante e nos diferentes tipos de ação dos chefs engajados com sustentabilidade. Estas práticas inovadoras na gastronomia são analisadas numa perspectiva multinível que ocorrem em nichos estratégicos e que passam a gradualmente questionar os regimes dominantes. O trabalho de campo foi realizado na Holanda, Dinamarca e Brasil, onde visitamos mais de 30 restaurantes e food halls, dentre os quais entrevistamos 13 chefs. Para demonstrar o alcance destas transformações que extrapolam os limites dos restaurantes, estudamos como estes elementos circulam por diferentes espaços. Através de uma pesquisa online no Instagram, destacamos o importante papel das mídias sociais como plataformas onde os chefs performam estas novas práticas culinárias, contribuindo para uma dimensão digital da comida e para um espaço de compartilhamento de conteúdo e conversão de paladares. Outra estratégia de análise foi o estudo das alianças de chefs com a indústria alimentar. A crescente autoridade dos chefs com relação a um tipo de qualidade sustentável dos alimentos aliadas a sua visibilidade midiática, tem despertado o interesse de outros atores do sistema alimentar. Investigamos a parceria entre chefs e indústria avícola no Brasil, analisando como a indústria utiliza o endosso dos chefs nos seus produtos para reinventar estratégias discursivas alinhadas a sustentabilidade para a comida congelada.

As redes estudadas trabalham coletivamente para a construção de uma culinária colaborativa que transgride barreiras nacionais e passa incorporar elementos compartilhados no que diz respeito aos riscos ambientais nas virtudes naturais dos ingredientes e na alimentação. Estas redes carregam igualmente valores éticos distintos, que conectam os atores através de vínculos baseados em apoio, solidariedade e reciprocidade. Entretanto, vimos como estas alianças criaram uma série de controvérsias no interior das redes e que se potencializam com um evento que ficou conhecido como “Operação Carne Fraca”. Nossa proposição é que o debate sobre estas novas práticas lideradas por chefs não podem ser reduzidas a uma homogeneidade. As redes estudadas são voláteis e frágeis, onde constantes reinterpretações sobre sustentabilidade produzem tensões e conflitos entre os atores, especialmente quando alianças com grandes indústrias são feitas, resultando em entendimentos sobre uma noção de qualidade natural da comida incompatíveis.

Ao final, identificou-se um campo que se constitui contra o mainstream de industrialização alimentar com várias redes e sub redes altamente inovadoras, entretanto, ao mesmo tempo, elas carregam uma série de fraturas em seu interior, que mostram que estas redes não são sólidas, devido suas múltiplas formas de interpretar a sustentabilidade. Concluímos que a questão da sustentabilidade tem contribuído para modificar e reposicionar o papel da gastronomia e da culinária na contemporaneidade, que atravessa um processo de flexibilização que contribui para o alargamento de seu acesso, incorporando aos menus dimensões políticas e ambientais.

**Palavras- chave:** gastronomia; restaurantes; chefs; sustentabilidade; práticas alimentares

## ABSTRACT

This thesis analyzes the role of chefs as key actors in the construction of networks that bring to existence a version of a sustainable gastronomy. Through a practice-centered study, our goal was to identify the valuation registers of such culinary practices and their relationship with sustainability. Taking the notion of the transition to sustainability in food markets as the north to the analysis, we investigate how the process of change takes place focusing on professional cooking, especially restaurants, and how this new way of cooking produces new arrangements and infrastructures within the food system. The analysis is situated through articulation of different theories, inspired by studies of actor-network theory (ANT), theory of practices and theory of transitions.

We argue that chefs modify their interpretations of ingredients closely linked to a conception of edible nature, adding and removing a series of normativities based on the power of flavor through fresh and seasonal ingredients. Thus, the notion of classic gastronomy of French tradition was deconstructed, demonstrating the modifications and innovations of sustainable cuisines, in the infrastructure of restaurants and the different types of action of chefs engaged with sustainability. These innovative practices in gastronomy are analyzed in a multilevel perspective that occurs in strategic niches and that gradually question the dominant regimes. Fieldwork was carried out in the Netherlands, Denmark and Brazil, where we visited more than 30 restaurants and food halls, among which we interviewed 13 chefs. To demonstrate the extent of these transformations that go beyond the limits of restaurants, we studied how these elements circulate in different spaces. Through an online research on Instagram, we also highlight the important role of social media as platforms where chefs perform these new culinary practices, contributing to a digital dimension of food and a space for sharing content and converting palates. Another strategy of analysis was to study the alliances of chefs with the food industry. The growing authority of chefs in relation to sustainable food quality coupled with their media visibility have attracted the interest of other actors from the food system. We investigated the partnership between chefs and the poultry industry in Brazil, analyzing how the industry uses the endorsement of chefs in their products to reinvent discursive strategies aligned with sustainability for frozen food.

We argue that these networks work collectively to construct a collaborative cuisine that transgresses national barriers and incorporates shared elements regarding environmental risks of the natural virtues of

ingredients and food. These networks also carry different ethical values, which connect actors through links based on support, solidarity and reciprocity. Nevertheless, we have seen how these alliances have created a series of controversies inside the networks and that they were intensified with an event known as "Weak Flesh Operation ". Our proposition is that the debate on these new practices led by chefs cannot be homogenized. The networks that we have studied are volatile and fragile, within them constant reinterpretations of sustainability produce tensions and conflicts between actors, especially when alliances with large industries are made, resulting in incompatible understandings about the notion of natural quality of food.

In the end, a field was identified that is constituted against the mainstream of food industrialization with several highly innovative networks and subnetworks, however, at the same time, they carry a series of inner fractures that show these networks are not solid , due to their multiple ways of interpreting sustainability. Finally, it was identified how sustainability has contributed to modify and reposition the role of gastronomy and cuisine in contemporaneity, which is undergoing a process of flexibilization that contributes to the widening of its access, incorporating to the menus political and environmental dimensions.

**Keywords:** gastronomy; restaurants; chefs; sustainability; food practices

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Restaurante De Kas Amsterdam.....	24
Figura 2: Deuses da Comida .....	39
Figura 3: Rede de atores.....	42
Figura 4: Ovos vermelhos Blue Hill e Ovos com cinzas Faviken ....	48
Figura 5: Grupo G11.....	51
Figura 6 - Site Instituto Até.....	69
Figura 7 - Formiga ingrediente .....	72
Figura 8 - Apoio nas redes.....	80
Figura 9 - Evento Guerilla Kitchen Amsterdam .....	107
Figura 10 - Organograma de Escoffier.....	118
Figura 11 - Linha do tempo: Da cozinha de técnicas à cozinha de ingredientes.....	120
Figura 12 - Da técnica para o ingrediente.....	123
Figura 13 - Selo da SRA.....	132
Figura 14 - Aéreas de foco de sustentabilidade SRA.....	133
Figura 15 - Campanha Jumbo e Jamie Oliver.....	138
Figura 16 - Programa de Televisão Jamie Oliver.....	143
Figura 17 - Livro de receitas Cook for Syria .....	147
Figura 18 - Guia de estrelas Michelin.....	149
Figura 19 - Avaliação .....	149
Figura 20 - Esquema de avaliação do prêmio .....	152
Figura 21 - Anúncio EatWith.....	158
Figura 22 - Natureza no prato.....	178
Figura 23 - Natureza no prato.....	179
Figura 24 - Natureza no prato.....	180
Figura 25 - Da natureza para a cozinha .....	182
Figura 26 - Da natureza para a cozinha .....	183
Figura 27 - Da natureza para a cozinha .....	184
Figura 28 - Do lixo ao luxo.....	186
Figura 29 - Do lixo ao luxo.....	187
Figura 30 - Do lixo ao luxo.....	188
Figura 31 - Narrativas de sustentabilidade.....	190
Figura 32 - Narrativas de sustentabilidade.....	191
Figura 33 - Narrativas de sustentabilidade.....	192
Figura 34 - Prato Jamie Oliver para Sadia.....	205
Figura 35 - Comunicação visual dos tipos de pratos .....	205
Figura 36: Prato Pronto.....	207
Figura 37: pratos congelados após o preparo .....	208

**Figura 38: Frango Da Granja Seara ..... 211**

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais <i>hashtags</i> relacionadas a comida compartilhadas no Instagram (2016-2018)	166
---	-----



## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABPA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL  
ANT – ACTOR NETWORK THEORY  
ANVISA – AGENCIA NACIONAL DE VIGILANCIA SANITARIA  
APEGA – SOCIEDADE PERUANA DE GASTRONOMIA  
BRF – BRAZILIAN FOODS S.A  
CGAL - COORDENAÇÃO GERAL DE APOIO LABORATORIAL  
CGIE - COORDENAÇÃO DE GERAL DE INTELIGÊNCIA E ESTRATÉGIA  
DFIP - DEPARTAMENTO DE FISCALIZAÇÃO DE INSUMOS PECUÁRIOS  
DIPOA - DEPARTAMENTO DE INSPEÇÃO DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL  
DIY – DO IT YOURSELF  
EUA – ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA  
G11 – GRUPO DOS 11 CHEFS MAIS INFLUENTES DO MUNDO  
GIF - GRAPHICS INTERCHANGE FORMAT  
GPS – GLOBAL POSITION SYSTEM  
HFAC - HUMANE FARM ANIMAL CARE  
LANAGROS – LABORATÓRIOS NACIONAIS AGROPECUÁRIOS  
MAPA – MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO  
NNC – NEW NORDIC CUISINE  
ONG – ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAL  
PF – POLICIA FEDERAL  
PNCRC - PLANO DE CONTROLE DE RESÍDUOS E CONTAMINANTES  
SDA– SECRETÁRIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA  
SRA – SUSTAINABLE RESTAURANT ASSOCIATION  
TAR – TEORIA ATOR REDE  
WWF – WORLD WIDE FUND FOR NATURE



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	27
<b>CAPÍTULO 1 - QUANDO A TEORIA É A PRÁTICA</b> .....	60
1.1 - PRÁTICAS CULINÁRIAS EM TRANSIÇÃO: UMA VERSÃO DA GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL.....	60
1.2 - INGREDIENTES, MENUS E ESTRELAS: TRAZENDO A MATERIALIDADE PARA A DISCUSSÃO .....	70
1.3 - ATORES E REDES NA GASTRONOMIA.....	73
1.4 - SABOR DE NATUREZA: NOTAS SOBRE A DIMENSÃO ONTOLÓGICA DOS ALIMENTOS.....	80
1.5 - CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA DAS TRANSIÇÕES PARA O ESTUDO DA SUSTENTABILIDADE NA GASTRONOMIA: UMA ABORDAGEM MULTI-NÍVEL .....	98
<b>CAPÍTULO 2 - DESEMBRULHANDO O ESTÔMAGO: TRANSFORMAÇÕES ALIMENTARES CONTEMPORÂNEAS</b> <b>106</b>	
2.1 - ENTRE O COMER O COZINHAR: RUPTURAS, DESCONTINUIDADES E RENOVAÇÃO .....	106
2.2 - COZINHAS DO FUTURO: ENGAJAMENTO POLÍTICO E SUSTENTABILIDADE.....	112
<b>CAPÍTULO 3 - FAZENDO UMA GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL: CUISINE, CHEF RESTAURANTE</b> .....	126
3.1 - CONSTRUINDO UMA CUISINE SUSTENTÁVEL.....	126
3.2 - CHEFS: COMPETÊNCIAS HÍBRIDAS E A IMPORTÂNCIA DE COZINHAR .....	149
3.3 - RESTAURANTES E ESPAÇOS ALIMENTARES CONTEMPORANEOS.....	168
<b>CAPÍTULO 4 - COMIDA DIGITAL: PRÁTICAS CULINÁRIAS ONLINE E SUSTENTABILIDADE</b> .....	176
4.1 - IMPORTÂNCIA DOS ESTUDOS SOBRE MÍDIAS SOCIAIS NA ERA DIGITAL.....	177
4.2 METODOLOGIAS DE ESTUDO DE FONTES ONLINE .....	180
4.3 - COMENDO COM OS OLHOS: AS MÍDIAS SOCIAIS COMO INGREDIENTE DA GASTRONOMIA .....	191

<b>CAPÍTULO 5 – OS CHEFS E A INDÚSTRIA ALIMENTAR: A SUSTENTABILIDADE EM QUESTÃO .....</b>	<b>210</b>
5.1 - INDÚSTRIAS E CHEFS: NOVAS PARCERIAS E INTERESSES EM CONFLITO .....	211
5.2 - MODO DE FAZER: ANALISANDO AS TRADUÇÕES DE SUSTENTABILIDADE NOS ALIMENTOS CONGELADOS .....	219
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>241</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>249</b>





## INTRODUÇÃO

Esta tese analisa o papel dos chefs como atores-chaves na construção de redes que trazem a existência uma versão sustentável da gastronomia. O fio condutor do trabalho consistiu em investigar como os chefs incorporam diferentes noções de sustentabilidade em suas práticas, e, através de associações configuradas em redes, criam novas formas de cozinhar, arranjos e infraestruturas dentro do sistema alimentar. Para isso, estudamos tais práticas que podem de forma ampla ser englobadas dentro da categoria de sustentáveis. Tendo como norte a noção de transição dos mercados alimentares para sustentabilidade (SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012) investigamos como se dá tal processo de mudança a partir de um enfoque centrado nas cozinhas profissionais, especificamente restaurantes. Nossa tese parte da hipótese de que comer fora de casa, especialmente em restaurantes, tem se revelado um importante espaço onde dinâmicas alimentares sustentáveis têm sido criadas e modificadas. Buscou-se investigar como ocorrem estas transformações através de uma série de inovações envolvendo sustentabilidade dentro da gastronomia, analisadas desde uma abordagem multinível que se dá em nichos estratégicos e que passam, gradualmente, a questionar os regimes alimentares dominantes.

Tendo isso em mente, nossas questões norteadoras consistiram em compreender como os chefs performam uma versão sustentável dos alimentos. A partir da identificação de diferentes perfis de chefs, nosso interesse foi em estudar como eles constroem suas redes, estratégias, arranjos e infraestruturas no mercado para lidar com a sustentabilidade. Sendo assim, compreender como mercado da gastronomia através dos chefs têm lidado com estas questões nos últimos anos e traduzido tais elementos, parece representar uma oportunidade empírica interessante para compreender estas mudanças que afetam as dinâmicas alimentares de maneira mais ampla. A partir destas questões, buscamos mapear as associações configuradas pelos chefs, para em seguida identificar quais são os registros de valorização destas práticas culinárias, lançando uma luz sobre quais práticas são mais valorizadas e quais são excluídas dentro deste esquema culinário.

Situamos este estudo no extenso debate sobre mudanças na produção e consumo de alimentos nos mercados contemporâneos, onde a questão da sustentabilidade desempenha um papel importante na orientação dos regimes alimentares dominantes (SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012; OOSTERVEER; SONNENFELD,

2012; GUIVANT; SPAARGAREN; RIAL, 2010). Temáticas como desenvolvimento sustentável, segurança alimentar, riscos e crises alimentares, e as inovações no setor alimentar tem contribuído enormemente ao adicionar ou modificar as regras para a provisão de alimentos. Essas transformações, mesmo que ocorram em menor escala, são percebidas no âmbito da produção, varejo e consumo, e, por esse motivo, são consideradas como um fenômeno relevante para estudos de alimentos.

A transversalidade entre alimentação e sustentabilidade tem sido amplamente discutida não só nas arenas políticas globais, mas também nas agendas teóricas de pesquisa, emergentes em uma variedade de transformações no sistema alimentar. Embora uma possível definição de alimento/alimentação sustentável permaneça um desafio cheio de contradições e longe de um consenso (como o próprio conceito de sustentabilidade), é inegável que essa relação afeta o sistema alimentar contemporâneo, reorganizando seu *modus operandi*, ou seja, estas tendências acabam influenciando diretamente na forma atual de funcionamento dos mercados desde a produção, varejo e consumo de alimentos.

O aumento gradual da população mundial aliado ao avanço das mudanças climáticas, coloca o sistema alimentar global atual em posição de destaque. Como alimentar uma população que só aumenta, ou resolver problemas nutricionais como a desnutrição, que atinge mais de 900 milhões de pessoas no mundo, ou ainda o problema da obesidade que afeta a mais de 1 bilhão. O impacto do modelo de agronegócio dominante tem sido contestado por inúmeros atores devido seus impactos nos ecossistemas e biodiversidades e no empobrecimento das dietas. As dietas ocidentais sofreram transformações radicais nos últimos 50 anos com a indústria de alimentos produzindo comida com grandes quantidades de açúcar, sal e carnes processadas, que afetam negativamente não somente a saúde dos indivíduos mas também tem grande impacto ambiental ao longo destas cadeias produtivas (MASON; LANG, 2017).

A necessidade de investigar as possibilidades de dietas e dinâmicas alimentares mais sustentáveis tornou-se um dos princípios chave presente na Agenda das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, que elegeu 17 objetivos globais claros para serem adotados pelos países, e servirem como parâmetros de orientação na construção de políticas de desenvolvimento até 2030<sup>1</sup>. Em 21 de dezembro de 2016, a Assembleia

---

<sup>1</sup><http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainabledevelopment-goals/>

Geral das Nações Unidas oficializou a data de 18 de junho como o dia internacional da gastronomia sustentável através da resolução A/RES/71/246<sup>2</sup>. O reconhecimento da importância da gastronomia para estas transformações expresso através de fatores como desenvolvimento agrícola, comida segura, nutrição, produção sustentável de alimentos e conservação da biodiversidade. Para a ONU o dia representa:

Sustainable Gastronomy Day emphasizes the need to focus the world's attention on the role that sustainable gastronomy can play. It also reaffirms that all cultures and civilizations are contributors and crucial enablers of sustainable development. (UNITED NATIONS, 2018)

A cozinha, de casa e do restaurante passam a ser um importante espaço para pensar como ocorrem estas novas configurações alimentares, que podem ser vistas para além de um conjunto de pratos típicos, receitas, ingredientes e livros, mas assumem um caráter de expressões dinâmicas que se adaptam a novos espaços, pessoas e objetos (COLLAÇO, 2013). A gastronomia é comumente tratada com um processo de estetização da maneira de comer, que envolve desde a produção da comida até o ritual da refeição (BUENO, 2016). As combinações, ordem e usos dos alimentos, assim como a definição da rotina alimentar, são determinados por codificações específicas cujas práticas são mobilizadas de acordo com os interesses dos grupos envolvidos no tempo e espaço. Para Dória (2006; 2009) a culinária refere-se aos rituais, técnicas e procedimentos necessários para a alimentação. Enquanto que a gastronomia, consiste num conjunto mais amplo, que compreende a complexidade de saberes, discursos e práticas sobre a comida, abrangendo desde a preparação da refeição, as pessoas, os lugares, os objetos, etc.

A gastronomia pode ser mobilizada como um caminho para pensar o comer contemporâneo, principalmente, devido à multiplicidade de suas expressões culinárias. Estas *cuisines*<sup>3</sup> são modelos importantes que podem auxiliar na reflexão sobre a formação de estilos de vida na

---

<sup>2</sup>Disponível em: <http://www.un.org/en/events/sustainablegastronomy/>. Acesso em 20 de junho de 2018.

<sup>3</sup> O termo *cuisine*, tem origem francesa mas é amplamente utilizado pela gastronomia ocidental para caracterizar um estilo de cozinhar. A tradução para o português aproxima-se de “cozinha”, mas por ser um conceito central para nossa análise, optamos por utilizar o conceito original ao longo do texto.

contemporaneidade. Neste sentido, a relação entre a gastronomia e a prática de comer fora em restaurantes, pareceu ser um local privilegiado para investigar essas modificações. A noção de comer fora pode ser considerada como toda a refeição que é feita em algum lugar que não o lugar de residência. Isso envolve outras situações alimentares que podem ser piqueniques, comidas para viagem, comer durante caminhadas, comer em pé na estação de trem/metro ou ainda num restaurante com estrelas Michelin (WARDE, 2016, p. 158).

Talvez a obra de maior fôlego que analisa o papel restaurante como uma instituição alimentar, relacionando a prática de comer fora com o consumo, escolhas e gostos alimentares, tenha sido o livro *Eating Out: social differentiation, consumption and pleasure* de Alan Warde e Lydia Martens (2000). Nela, os autores realizaram um estudo sobre o comer fora em restaurantes, bares e cafés na Inglaterra durante a década de 1990. Baseado nos trabalhos de Andreas Reckwitz (2002), Warde utiliza a teoria das práticas aplicada ao comer fora, relacionando fenômenos como a então recente explosão do interesse em comida, obsessão por chefs famosos e ainda uma dimensão do comer fora como uma forma de entretenimento e uma expressão de gosto e status. Assim, tal prática, além de uma necessidade imposta pela rotina entre jornadas de trabalho ou viagens, passa a englobar períodos extracotidianos, ganhando um status de lazer e entretenimento (WARDE; MARTENS, 2000; WARDE, 2016).

Um dos sintomas destas mudanças foi identificado pelo relatório de *The Hartman Group* (2015) (empresa estadunidense de consultoria em marketing e alimentos), que apontou como as opções de menu sustentável estão influenciando a intenção de compra dos consumidores ao comer fora de casa. A pesquisa afirma que os clientes estariam dispostos a escolher uma porção significativamente menor e sustentável quando comparado a refeição convencional.

O crescimento do número de restaurantes que reivindicam uma culinária local/ artesanal/ orgânica, bem como de chefs engajados em temáticas como mudança climática e desperdício de alimentos, por exemplo, representa muito mais que novas tendências de comer fora. Para além disso, os restaurantes atuam como espaços que colaboram para uma série de transformações na prática de comer e cozinhar que extrapolam os limites da cozinha. Estas tendências passam a ficar cada vez mais óbvias nos restaurantes, que inclusive adotam nomes como por exemplo: Bio (São Paulo), *Agrikultur* (Estocolmo) e *De Kas* (Amsterdã) que fazem referência direta a modos de produção e uma dimensão agrária da gastronomia. O nome *De Kas*, na língua holandesa, quer dizer estufa,

e o restaurante foi construído dentro de um espaço que funciona como restaurante e como estufa para produção própria de ingredientes.

### **Figura 1 - Restaurante De Kas Amsterdam**



Fonte: Arquivo pessoal da autora (2016)

Esta tendência pode ser igualmente observada através da crescente organização de chefs em movimentos culinários de cunho político como o *Farm-to-Table*, *Slow Food* e *Locavore*<sup>4</sup>. O *Farm-to-table* é um movimento liderado por chefs e restaurantes que tem como base do seu menu o uso de ingredientes sazonais, produzidos localmente em fazendas próprias ou através de uma estreita relação com agricultores locais e orgânicos. Estas práticas são atualmente chamadas pelo neologismo *Locávoro*s (da palavra local + o sufixo *vore* – comer). Este grupo, em diálogo com os princípios do *slow food*, tem como filosofia culinária elaborar um cardápio fresco em sua forma mais “natural” possível. Alguns dos restaurantes que representam este movimento são: *Chez Panisse*, *The Herbfarm*, *Bon Appétit Management Company*, *The Kitchen* dentre outros.

Existem ainda organizações não governamentais como a americana *Chefs Collaborative*, que tem como missão “mudar menus, mudar vidas”, ou ainda a fundação sueca *EAT* que busca usar sua experiência em áreas como saúde, ciência, política e sustentabilidade para

---

<sup>4</sup> Ver mais em Petrini (2009) e Barber (2015).

convocar especialistas e tomadores de decisão para que possam transformar a forma como comemos. Também podemos citar a britânica *Jamie Oliver Foundation* que tem como missão “gritar sobre importantes questões alimentares, e encorajar todos a participar de mudanças impactantes e pressionar os governos para melhorar suas políticas de alimentação e nutrição” (JAMIE OLIVER FOUNDATION, 2018).

Na Austrália, o *The Good Fish Project* é um guia projetado especificamente para cozinheiros, restaurantes e profissionais de alimentos, que apresenta informações sobre peixes e frutos do mar sustentáveis do país e onde comprá-los com auxílio da indústria da pesca, conservacionistas e chefs. O projeto desenvolveu um Guia de Marinho Sustentável da Austrália que é um aplicativo de celular para escolher frutos do mar de maneira mais consciente. O Guia emprega um sistema de semáforos para mostrar quais espécies de frutos do mar são uma "Melhor Escolha" (verde), o que é melhor para "Comer menos" (âmbar) e que deve ser evitado "Diga não" (vermelho). Semelhante iniciativa também ocorre no México, através do *Seafood Watch* que também possui um aplicativo de recomendação para orientar melhores escolhas no consumo de frutos do mar, utilizado por mais de 1.8 milhões de usuários em todo o globo.

Estes são apenas alguns exemplos para ilustrar o papel dos chefs como importantes atores na provisão de alimentos que modificam suas práticas culinárias criando novas redes e infraestruturas sociotécnicas para lidar com a sustentabilidade. Estas práticas culinárias que estudamos são reorganizadas com base numa racionalidade “natural” que modifica as regras e moralidades na relação com os alimentos e que tem seu início muito antes da refeição à mesa, mas engloba de maneira mais ampla, políticas e modos de produção e consumo de alimentos na contemporaneidade.

Argumentamos que os chefs e restaurantes passam a incorporar novos repertórios através de práticas culinárias sustentáveis, reorganizando a culinária estreitamente relacionada ao que se entende como natureza. Ao longo dos últimos anos, o crescente interesse dos chefs em falar sobre a interface entre gastronomia e sustentabilidade os colocou como atores importantes na provisão de alimentos. Do ponto de vista da produção, eles contribuíram para incentivar os agricultores a cultivar alimentos sustentáveis e locais criando e organizando novas cadeias mediadas por chefs e restaurantes (NELSON; BECKIE; KROGMAN, 2017). Pela ótica do consumo, eles parecem ter agência para moldar gostos entre os consumidores, fornecendo orientação especializada sobre

o que é bom comer e por quê. Esta autoridade aumentou em grande medida devido à sua capacidade como influenciadores nos hábitos alimentares do consumidor em um cenário de falta de padrões e incerteza sobre o que comer. Num cenário de gastro-anomia (GOLDENBERG, 2011), eles atuam dando orientação especializada no labirinto contemporâneo de escolhas alimentares enfrentadas pelos consumidores (LEWIS; HUBER, 2015). Devido a audiência alcançada, os chefs começaram a atuar em diferentes níveis de provisão de alimentos, como setores públicos, cadeias de supermercados, indústria alimentar, ONGs, movimentos sociais, mídias sociais etc., extrapolando as fronteiras da cozinha.

Os limites da cozinha contemporânea têm sido ampliados diante de uma mudança da percepção da comida na vida cotidiana. O papel do chef tem assumido novas facetas, e atualmente suas habilidades não se resumem ao domínio das técnicas culinária e um novo léxico passa a compor seu repertório. A ampla projeção dos chefs através das mídias sociais e a sua crescente circulação por outros espaços que não os restaurantes, faz com que barreiras entre local e global sejam superadas. Utilizaremos a noção de rede (LATOURETTE, 2012) para pensar como ocorrem essas redistribuições espaciais, na tentativa de dissolver essa ideia de local dentro da gastronomia, que é atualmente amplamente utilizada pelos chefs como marcadores do seu tipo culinário. O argumento é de que nenhum lugar é suficientemente dominante para ser global, ao passo que o local, igualmente não se sustenta sozinho. É preciso ter em mente que esses conceitos criam infraestruturas fechadas que aprisionam as análises para a natureza do social. Ao abrir essas caixas (global e local), é possível mapear as conexões estabelecidas entre os atores, traçando suas conexões e rastros.

Dentre as novas competências atribuídas aos chefs poderíamos acrescentar, por exemplo, a importância nutricional para a construção de um menu. Ou ainda como técnicas agrícolas e tipos de sementes tem influência direta na produção de ingredientes para pratos mais saborosos. Não esquecendo do papel das tecnologias como inovações na cozinha e projeção de restaurantes. E por último, mas não menos importante, como o desperdício alimentar afeta na mudança climática e como os chefs podem atuar neste sentido. Estas questões remetem as complexificações nas dinâmicas alimentares, trazendo à tona uma série de transformações que resultam em mudanças na forma que comemos e na forma como os chefs cozinham. A importância que novos discursos e práticas ligados a modelos alimentares que interconectam estilos de vida mais harmoniosos

com a natureza e as pessoas têm motivado diferentes correntes na gastronomia.

Quer se trate de restaurantes, livros de culinária, programas culinários ou, mais recentemente, canais do Youtube e mídias sociais, os chefs criaram um relacionamento baseado na confiança com seus espectadores gerando uma intimidade paradoxal no mercado de massa com chefs celebridades (JOHNSTON; GOODMAN, 2015). Isso é bastante evidente quando com apenas uma publicação no *Instagram*, Jamie Oliver pode chegar a 6 milhões de pessoas ou quando um restaurante esgota venda *online* de 7.000 lugares em 2 horas, como o Noma fez com o restaurante *pop-up* em Tulum / México. O interesse contemporâneo pela gastronomia está aumentando rapidamente, desencadeando o que se chamou de processo social de gastronomização (BARBOSA, 2009; ZANETI, 2017), e por trás desse fenômeno, dinâmicas complexas na forma como pensamos e nos relacionamos com a alimentação podem ser estudadas. O lugar onde comemos, como, quando, com quem e por quê, ganhou inúmeras dimensões, (re) organizando e criando novas práticas e arranjos sociotécnicos sobre comida e alimentação contemporânea.

Esta análise buscou mapear múltiplas redes sociotécnicas que se formam mobilizadas por chefs, mostrando que elas se constroem tendo como base valores que se afastam do *mainstream*. O eixo central que articula estas redes é a sustentabilidade, mas elas apresentam, igualmente, fortes características de solidariedade e reciprocidade entre os atores. Estas noções muito se diferem de modelos mais tradicionais do mercado de restaurantes, onde a concorrência é uma característica comum entre os atores. As redes estudadas amparam-se em relações de amizade, compartilhamento e apoio entre os diferentes chefs em diferentes países. Estes valores afastam-se da corrente chamada de *haute cuisine*, pois elas criam um novo código ético, que descentraliza a gastronomia francesa que sempre foi considerado o epicentro mundial, desestabilizando as hierarquias gastronômicas baseadas em críticas, premiações e estrelas.

Entretanto, notou-se ao longo das entrevistas que estas redes são volúveis e possuem algumas fragilidades. Elas são volúveis no sentido que a própria noção de sustentabilidade passa a ser permanentemente reinterpretada pelos atores, especialmente pela constante necessidade de inovação dos atores e da rede. As reinterpretações são móveis, e deslocam-se em diferentes direções como mostraremos ao longo dos capítulos. Já sua fragilidade deriva do crescente alvo da indústria alimentar em cooptar os atores destas redes, onde os chefs passam a ser

importantes atores para traduzir estas transformações, fortalecendo as narrativas de sustentabilidade na comida processada. A indústria alimentar para adaptar-se as novas tendências de mercado passa a fazer inovações disruptivas no setor, como o caso da Nestle e Kraft Heinz, por exemplo. Estas inovações consistem em renovações no portfólio de produtos incluindo alimentos considerados saudáveis, laboratórios de pesquisa e tecnologia e investimento em startups de alimentos saudáveis. Todavia, verificou-se que existem divergências e conflitos no interior das redes, que criticam estas alianças entre chefs e indústria pois suas noções de sustentabilidade são contraditórias.

Analisou-se tais práticas culinárias seguindo redes que compreendem diferentes perfis de chefs em três países: Brasil, Holanda e Dinamarca. Também incluímos como fonte uma pesquisa *online* na rede social de compartilhamento digital *Instagram*, onde selecionamos e analisamos um grupo de chefs engajados nestas práticas. Apesar do campo transnacional e *online* da pesquisa, nosso objetivo aqui não foi traçar comparações culinárias entre os países. Reconhecemos e levamos em conta as diferenças culturais, políticas e econômicas de cada país, mas nosso interesse consiste em chamar a atenção para novos elementos presentes na gastronomia, que é a construção de uma culinária colaborativa que transgride barreiras nacionais e passa incorporar elementos compartilhados no que diz respeito ao impacto dos riscos ambientais nas virtudes naturais dos ingredientes e na alimentação.

As fontes de análise consistiram em entrevistas com um grupo de 13 chefs na Holanda, Dinamarca e Brasil, além de visitas e observações em restaurantes, *foodhalls* e feiras gastronômicas. Utilizou-se igualmente a literatura produzida por chefs, entrevistas publicadas em revistas e jornais, manifestos, menus, sites de restaurantes e organizações relacionadas com gastronomia. Outras fontes de análise foram utilizadas, como recursos audiovisuais, incluindo séries e documentários estrelados pelos chefs e uma pesquisa *online* de seus perfis na mídia social *Instagram*.

Esta tese está dividida em 5 capítulos. A cada capítulo são apontadas realidades empíricas distintas, onde referenciais teóricos complementares são articulados. Isso resulta numa certa autonomia analítica dos capítulos. No **capítulo 1** nosso esforço consistiu em trazer a existência uma versão da gastronomia sustentável através da descrição das práticas, eventos e materialidades presentes no seu interior. Sendo assim, buscamos dissolver possíveis conexões pré-estabelecidas do campo, mapeando novas associações entre os atores (humanos e não

humanos). Para tal, apresentamos os atores e como se constituem as redes que analisamos. Trazendo a materialidade para análise, mostramos como os chefs moldam ingredientes sustentáveis. A teoria das transições nos serve como uma tipologia que aponta múltiplos caminhos para transição através da sustentabilidade, mostrando como as mudanças nas práticas culinárias dos chefs ocorrem em nichos estratégicos e como estes atores passam a gradualmente questionar os regimes alimentares dominantes.

No **capítulo 2**, mostramos as principais transformações trazidas pela globalização e sustentabilidade para os mercados alimentares e quais os impactos no comer e no cozinhar. Destacamos uma dimensão política da gastronomia mostrando como os chefs se articulam para buscar mudanças mais amplas no mercado de alimentos. No **capítulo 3**, buscamos desconstruir uma ideia de gastronomia clássica de origem francesa, problematizando categorias já estabilizadas como *cuisine*, restaurante e chef. Mostrou-se as diferentes estratégias dos chefs para lidar com a sustentabilidade em diferentes níveis de ação no sistema alimentar, bem como as principais modificações nas infraestruturas do restaurante, o que resultou num tipo ideal de gastronomia sustentável.

Nos capítulos seguintes, nosso objetivo foi mostrar como essa versão da gastronomia sustentável transita por outros espaços fora do restaurante. No **capítulo 4**, nosso esforço consistiu e demonstrar a versão digital da comida sustentável. Utilizando a internet, que aqui consideramos como um dos ingredientes da gastronomia, mostrou-se o *Instagram* como ator e como fonte de pesquisa. Seu papel na pesquisa como mediador no trabalho de campo foi fundamental para a análise *online*. Além disso, mostramos que a ampla utilização do *Instagram* pelos chefs demonstra como estes atores promovem a circulação e compartilhamento de ingredientes, receitas e narrativas sobre sustentabilidade na gastronomia. Finalmente no **capítulo 5**, mostramos como os chefs estabelecem parcerias com a indústria alimentar, através da união de Jamie Oliver e Alex Atala com a indústria avícola no Brasil. Analisou-se as controvérsias implicadas nestas alianças, mostrando os conflitos entre os chefs e os diferentes enquadramentos sobre sustentabilidade dado por eles.

Concluimos que a questão da sustentabilidade tem contribuído para modificar e reposicionar o papel da gastronomia e da culinária na contemporaneidade, que atravessa um processo de flexibilização que contribui para o alargamento e democratização de seu acesso, incorporando aos menus dimensões políticas e ambientais. Este tipo ideal gastronomia se constrói através de redes de forma cosmopolita e

compartilhada, incorporando valores como solidariedade e reciprocidade entre os atores. Através de uma culinária que se baseia na potencialidade do sabor dos ingredientes frescos e sazonais, sugerimos que os chefs possuem enquadramentos flexíveis sobre a sustentabilidade, que são empregados de diferentes formas de acordo com os interesses dos atores e as situações em que elas ocorrem (e.g restaurante, indústria, *Instagram*). Observamos que os diferentes enquadramentos de sustentabilidade igualmente produzem tensões e conflitos no interior das redes entre os chefs, especialmente quando os chefs celebridades se unem com grandes empresas do setor alimentar, onde os entendimentos sobre uma noção de qualidade natural da comida no restaurante e indústria são incompatíveis.

## ESTUDOS ALIMENTARES: INTERDISCIPLINARIEDADE E INTERSECÇÃO DE DIFERENTES TEORIAS

Cada capítulo deste trabalho irá retratar diferentes momentos empíricos da pesquisa, de modo que abordagens teóricas complementares serão mobilizadas ao longo do texto. Esta seção introdutória pretende dar conta de apresentar alguns dos elementos teóricos importantes para o conjunto da tese e que mais adiante serão melhor detalhados. Um fator que deve ser esclarecido é que a construção da tese não será linear. Isso quer dizer que embora nossa pesquisa tenha seguido uma trajetória geográfica e temporal no que toca seu trabalho de campo, nossas análises não obedecem tal linearidade.

Construímos as bases teóricas e metodológicas desta tese, sob um olhar interdisciplinar sobre sustentabilidade, o comer e o cozinhar. Concordamos com Pombo (2004), que a palavra interdisciplinaridade tem sido empregada de maneira limitada através de sua utilização a partir de critérios que não dão conta de abarcar seu sentido. Aqui, interdisciplinaridade não representa uma epistemologia, mas sim uma estratégia de investigação (MINAYO, 2010). Isto nos dá certa flexibilidade para articular diferentes referenciais teóricos e metodológicos para que possamos compreender nosso objeto de análise diante da multiplicidade de dimensões presentes numa ação cotidiana tão ordinária em nossa vida: comer.

Os estudos alimentares caracterizam-se por constituírem-se enquanto um campo de sobreposição de diferentes disciplinas. Comida pode ser agricultura, calorias e prazer. A necessidade de integrar múltiplos métodos, fontes e teorias para analisar objetos tão complexos

como a comida é apontado por Warde (2014) como uma saída para a Ciências Sociais por representar uma chave que pode gerar explicações e teorias que ultrapassam limites disciplinares.

Um dos objetivos traçados pela pesquisa é problematizar um tipo de gastronomia que se constitui através da incorporação da sustentabilidade nas práticas culinárias e que a partir disso, configura novas redes, instituições, arranjos e infraestruturas no sistema alimentar. Para mostrar como este processo ocorre, mobilizamos algumas ferramentas de pesquisa que dão forma a nossa análise.

Nosso *background* teórico ampara-se nos estudos centrados nas práticas como unidade de primária de análise (MOL, 2002; SHOVE, 2005; WARDE, 2005; SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012). Nos últimos anos as teorias da Práticas têm despertado um interesse renovado devido seu potencial para compreender as mudanças sociais a partir de um método de análise que explore as complexas e dinâmicas transformações sociais. Saber por que as pessoas fazem, o que fazem e de que maneira o fazem é uma das questões sociológicas que a teoria das Práticas busca solucionar (WARDE, 2005).

Shove, Pantzar e Watson (2012) e Warde (2005) têm se dedicado a uma renovação e refinamento sobre a prática social inspirados pelas diferentes abordagens teóricas de Schatzki (2001) Giddens (1990), Bourdieu (2006) etc. Tal refinamento se deve, primeiramente, pelo emprego teórico das práticas sociais em novos arranjos empíricos, como na análise do consumo, nas mudanças climáticas e na sustentabilidade. Outro aspecto fundamental desta inovação teórica encontra-se na incorporação de configurações materiais que passam a compor a análise sociológica. O argumento de que os artefatos são apropriados, adquiridos e manipulados ao longo das práticas, busca reconhecer o papel de agência dos objetos (não-humanos) não somente em sua dimensão simbólica, mas, sobretudo, enfatizando o expressivo papel da materialidade na constituição de tais práticas. Assim, mobilizando a perspectiva das práticas, queremos ilustrar como ocorrem estas mudanças nas práticas cotidianas dos chefs, e como estas práticas vão sendo gradualmente estabilizadas.

A pesquisa foi conduzida com base em estudos subscritos na chamada "virada ontológica" (MOL, 2002; WOOLGAR; LEZAUN, 2013; VIVEIRO DE CASTRO, 2014). Esses estudos argumentam que a realidade não é um objeto estático que pode ser observado através de muitas perspectivas, ao contrário, a realidade é múltipla e é trazida à existência por suas performances em muitas versões. Esta abordagem traz

um renovado interesse pelas práticas, e argumenta que os fatos científicos e os artefatos devem ser descritos como um conjunto de práticas, e essas práticas dão peso ontológico aos objetos (MOL, 2002). Sendo assim, um primeiro aspecto a esclarecer sobre as práticas tem a ver com o seu poder gerador de realidade.

Usando esses estudos como pano de fundo, nossa estratégia de pesquisa consiste em descrever aspectos práticos, materialidades e eventos que dão forma às redes que estudamos. Isto vai contra a ideia habitual de que a realidade é única com representações variadas. Acreditamos que as práticas e a (s) realidades (s) são algo relacional. A (s) realidade (s) não são algo dado, mas antes trazida a existência pelas práticas. Assim, nosso objeto de pesquisa não é algo que existe a priori, mas ao contrário, ele emerge através uma rede de atores que reivindica uma realidade própria a partir de suas práticas.

Outra importante contribuição para a tese são os estudos da Teoria do Ator-Rede (TAR) em inglês *Actor-Network Theory* (ANT). Seguindo as pistas dadas por Bruno Latour, John Law e Michel Callon, utilizaremos a TAR enquanto uma abordagem que não se propõe a ser uma teoria - apesar do nome -, mas antes um quadro analítico de referência, coerente e adaptável. O seu objetivo não é buscar as causas através de um quadro abrangente e determinista, mas sim traçar os efeitos através da articulação de eventos, relações e situações, contribuindo para adicionar e mudar os repertórios teóricos (MOL, 2010; CALLON, 1999).

Ao estudar a redes que constituem nosso objeto, a proposta teórico-metodológica está em seguir os atores. Mas um dos desafios de seguir os atores reside em identificar o que é ator dentro da rede. Os atores são as entidades que estão ativos no curso da ação, e que podem ser tanto humanos como não-humanos (fatos, artefatos, objetos, tecnologias). Sendo assim, analisar uma rede exige um princípio de simetria para identificar com peso equivalente quais são os atores que as constituem. Diferentes universos emergem a partir das redes, que são compostas por diferentes atores, forças econômicas, sociedades e relações étnicas. Remontar estas configurações heterogêneas para construir nosso objeto constitui um esforço de identificar os atores, as conexões, as traduções, os objetos e artefatos que os compõe, mas também mostrar as rupturas, conflitos e descontinuidades que perpassam estas redes. É importante ressaltar que para a TAR a ação é compreendida por um esforço coletivo e distribuído entre os atores no interior das redes. Outros importantes conceitos que iremos mobilizar presentes na TAR e que trataremos mais tarde são: associação, tradução, mediadores, materialidade e controvérsia.

Dentro do quadro de referência para pensar sobre essas transformações, usamos a Teoria da Transição como um instrumento. O interesse é mostrar como novas ideias, produtos, tecnologias e discursos, orientam os regimes dominantes, desencadeando uma série de mudanças que despertam para novos regimes sociotécnicos e que são mobilizados por uma série de atores que criam condições para essa mudança ao longo do tempo. Desta forma, seguindo os chefs, restaurantes e ingredientes subscritos nessas redes, identificamos esses níveis e coalizões constituídos por atores em níveis de nichos, problematizando como eles atuam em diferentes escalas e como contribuem para as transições no sistema alimentar. Estas mudanças não acontecem do dia para a noite, mas antes são mobilizadas por atores que criam as condições para que a mudança ocorra.

Como mostramos ao longo desta introdução, o cenário da gastronomia contemporânea tem estado em processo contínuo de mudança. O crescente interesse pelas práticas culinárias e pelo efervescente mercado de ingredientes, utensílios de cozinha e receitas, estimularam as inovações no setor de restaurantes que devem estar em um processo de diferenciação contínua. Este fenômeno mostra o que Warde (2016) diagnosticou como revolução culinária. Estes sintomas podem ser notados em uma ampla gama de consumo que surgem não apenas em refeições nos restaurantes, mas em tecnologias de informação culinária como receitas e vídeos online, aplicativos de celular relacionados com alimentos, novas ferramentas para delivery de comida, perfis de Instagram e linhas de ingredientes assinadas pelo chef.

A noção de transição dá conta de auxiliar no entendimento de como essas transformações dos mercados alimentares contemporâneos vem sendo conduzidas pelos atores. Este conceito pode ser definido como um conjunto de mudanças que ocorre no tempo-espço, geralmente de médio e longo prazo, realizado por atores específicos que buscam transformar os interesses em jogo (SPAARGAREN; OOSTERVEE; LOEBER, 2012). As transições costumam desencadear alterações estruturais na sociedade a partir de novos modos de ação. Nos mercados agroalimentares, estas mudanças podem ser vistas na forma em que os atores mudam seu posicionamento com relação às regras dominantes no âmbito da produção e consumo de alimentos. Deste modo as práticas empreendidas por órgãos de regulação, agricultores, varejistas, consumidores dentre outros, passam a mobilizar discursos, práticas e tecnologias alinhadas com as questões consideradas relevantes para o futuro alimentar. Esta transição da estrutura alimentar faz com que novas

relações de poder sejam estabelecidas entre os atores na cadeia alimentar, que passam a organizar novas configurações e argumentos para legitimar suas novas práticas.

Ao refletir sobre esta inflexão nos mercados de alimentos de nicho e a novas práticas alimentares baseadas em esquemas alimentares de interações localizadas e sustentáveis, é que daremos os rumos desta pesquisa. O corte no vínculo entre indivíduo e cozinha tem como resposta a emergência de uma multiplicidade de discursos e práticas alimentares que vão contra ao atual establishment. Surgindo num movimento marginal que busca reconectar tais vínculos, a gastronomia tem demonstrado seu potencial em assumir um papel de promover tais práticas através do resgate do exercício culinário como prática cotidiana, como veremos nos próximos capítulos.

## TRAJETÓRIA DE PESQUISA: SEGUINDO ATORES NUM CAMPO TRANSNACIONAL

Quando decidiu-se estudar o universo dos restaurantes, não imaginou-se a dimensão que esta pesquisa iria alcançar e que chegaríamos a entrevistar alguns dos melhores chefs do mundo. A ideia inicial era estudar restaurantes em Florianópolis/SC, cidade onde está localizada nossa universidade e que é nacionalmente reconhecida por ter um estilo de vida mais saudável. Nos últimos anos, Florianópolis teve um aumento significativo na quantidade de restaurantes que utilizavam a ideia de comida local, orgânica e sustentável. Este fato nos intrigou e daí surgiu o interesse de estudar esta dimensão sustentável da gastronomia. A ideia inicial era de realizar um estudo de profundidade em pequenos restaurantes locais que se auto denominavam sustentáveis e compreender as particularidades deste estilo culinário, assim como as redes entre produção e consumo eram construídas.

Ao iniciar o trabalho de campo, o primeiro passo consistiu na observação dentro da cozinha de um restaurante. Num primeiro momento pareceu óbvio, tendo em vista que estaríamos dentro de um espaço privilegiado para compreender como ocorriam as práticas de sustentabilidade. Entretanto, existem inúmeras limitações para realização do trabalho de campo com chefs, e que mais tarde viveríamos mais intensamente. A primeira delas reside no fato da cozinha ser um “espaço restrito aos funcionários” e é comum estes avisos por escrito ficarem próximo a porta de entrada da cozinha sinalizando claramente sua

inacessibilidade. Assim como em hospitais e usinas por exemplo, a cozinha do restaurante é um espaço restrito a práticas profissionais pois exige procedimentos específicos, que envolvem facas afiadas, panelas quentes, uso de luvas e toucas, segredos do chef etc. A cozinha possui dinâmicas próprias que são dificilmente acessíveis para um pesquisador, embora atualmente, muitos restaurantes projetem seus restaurantes com cozinhas integradas ao restaurante de forma mais interativa com seus clientes. Nestes casos, a cozinha é preparada para ser vista, e opera com uma coreografia própria para ser observada.

Já a segunda limitação se revelou durante a execução das entrevistas com chefs dos restaurantes *high-end*<sup>5</sup> onde o contato é geralmente intermediado por uma assessoria de imprensa, que na grande maioria das vezes, rejeitou nossos contatos diante das atribuladas rotinas e agendas dos chefs. Sendo assim, utilizei uma estratégia de guerrilha, que foi bater à porta de cada restaurante e com muita insistência conseguir explicar pessoalmente a razão da pesquisa. Somente desta forma, pudemos conseguir grande parte das entrevistas.

Inicialmente, realizamos visitas sistemáticas na cozinha do restaurante Lila em Florianópolis/SC, localizado dentro de um mercado de diferentes versões de comida orgânica (in natura, processada, congelada e pronta pra comer). Estas visitas foram valiosas para compreender as dinâmicas internas da cozinha de um restaurante e neste momento o interesse estava em seguir as rotas dos ingredientes, inspirados por Appadurai (2006). Sendo assim, entender de onde vinha o ingrediente, como ele era manipulado na cozinha, quais técnicas eram aplicadas, como ele saía para as mesas e como era seu descarte final, tornou-se a forma principal de sistematizar as observações. Entretanto, a cozinha se tornou um espaço limitado de pesquisa. Naturalmente, os chefs foram nos conduzindo para outros espaços que não mais a cozinha, e a pesquisa foi tornando-se uma grande rota para entender a complexidade do percurso do processo gastronômico intermediado por chefs. Neste momento, precisamos ampliar os horizontes da pesquisa. Sempre tivemos em mente que a sustentabilidade era uma tendência global no universo dos restaurantes, cuja expressão tornava-se cada vez mais evidente em Florianópolis, mas até então o interesse nunca ultrapassou as fronteiras do país, e o mais longe que podíamos avistar era São Paulo. No

---

<sup>5</sup> Terminologia utilizada para referir-se ao bem ou serviço de alta qualidade. Manteremos esta expressão no inglês pois é um termo muito utilizado no universo de nossa pesquisa para referir-se a um tipo específico de restaurantes.

entanto, a inviabilidade de estar presente em diferentes cozinhas em outras cidades aliado as facilidades de acesso as mídias sociais e especialmente o crescimento do uso do *Instagram*, fez com que optássemos por acompanhar estes restaurantes *online*. No começo, selecionávamos os restaurantes que alinhavam-se dentro da perspectiva deste estudo, acessava-se seus websites e analisava-se como eles comunicavam seu tipo de culinária. Começamos a perceber que os *websites* direcionavam os visitantes as suas contas nas mídias sociais, e o Instagram era predominante. Então criamos um perfil pessoal e passamos a seguir os chefs e restaurantes somente por curiosidade, mas com o tempo este espaço online foi se revelando não somente uma importante fonte de pesquisa mas como um dos atores desta tese, como veremos no capítulo 4. Sendo assim, configuramos novos espaços e novas geografias de pesquisa.

Mas tudo mudou quando conhecemos o Noma, restaurante dinamarquês que se tornou um caso emblemático para a gastronomia mundial, e também para esta tese. René Redzepi, chef do Noma - abreviação de *Nordisk Mad* (Nordic Food em dinamarquês) é considerado na atualidade um dos chefs mais importantes do cenário gastronômico e vencedor dos principais prêmios da gastronomia mundial durante anos consecutivos. Claro que neste momento já conhecíamos grandes chefs como Dan Barber, Alex Atála, Jamie Oliver e Bela Gil, por exemplo, que são importantes atores para esta tese, mas o caso do Noma tornou-se representativo não somente porque a mídia apontava o holofote, mas porque o Noma traduzia a ideia central desta tese de uma maneira muito literal.

As fronteiras desta tese ampliaram-se quando lemos a seguinte notícia, publicada no *New York Times* em 14 de setembro de 2015: “*René Redzepi plans to close Noma and reopen it as an Urban Farm*”. Esta notícia despertou o interesse em observar o que os restaurantes do outro lado do globo estavam fazendo e que relacionavam-se diretamente com os interesses da pesquisa. Na última década, os países escandinavos (Dinamarca, Finlândia, Islândia, Noruega e Suécia) têm sido reconhecidos pela repercussão da New Nordic Cuisine (NNC). Seu reconhecimento se deu em grande medida, a partir do manifesto lançado por chefs locais durante um simpósio em Copenhague no ano de 2004, cujo objetivo foi à valorização da culinária nórdica com base na redescoberta e utilização de ingredientes e técnicas locais, trazendo a ideia de um novo “gosto do norte”. Este fato colocou a NNC como um movimento importante para a pesquisa, sobretudo pelo número de

restaurantes reconhecidos pelo seu engajamento com a sustentabilidade. O projeto de Redzépi era muito mais ousado do que as experiências brasileiras daquele ano até então. Por esta razão, passamos a acompanhar os passos do Noma mais de perto. O projeto do restaurante era bastante revolucionário, totalmente adaptado a sazonalidade dinamarquesa e servindo restritamente o que a natureza pode oferecer. A notícia seguia descrevendo:

[...] He intends to replace that predictable progression with a more fervent adherence to seasonality. In the fall, then, Noma's menu will focus only on wild game (from goose to moose) and foraged autumnal ingredients like mushrooms and forest berries. In the winter, when "the waters are ice-cold and some of the fish have bellies full of roe" as he put it, Noma will mutate into a seafood restaurant. Spring and summer? "The world turns green," he said. "And so will the menu." In an expectation-thwarting move, during those months Noma will become a fully vegetarian restaurant, with much of the bounty ostensibly coming from the farm he wants to conjure up [...] (GORDINIER, 2015).

A experiência do Noma complexificou substancialmente o objeto de pesquisa e mudou nossa forma de pensar estas transformações na gastronomia. Pensar a gastronomia como um fenômeno global necessita um exercício de imaginação cosmopolita. Mapear como estas práticas são construídas, como elas se estabilizam e como elas viajam no tempo e no espaço, definitivamente não é uma tarefa simples, mas é consequentemente uma boa oportunidade para a reflexão teórica. Sendo assim, as observações que fizemos nas diferentes fontes de dados consistiu no esforço de identificar estes padrões nas práticas de sustentabilidade observando o que elas traziam a efeito através de um trabalho de campo mutissituado.

Por fim, em outubro de 2016 realizamos um estágio de doutorado sanduíche pelo período de 01 ano Universidade de Wageningen/Holanda, inserido no projeto "Transformações globais no acesso a alimentos sustentáveis" através do convênio Capes/ Nuffic 63/2014, coordenado no Brasil pela Dra. Julia Guivant e na Holanda pelo Dr. Peter Oosterveer, também supervisor durante o estágio. Participamos das atividades do grupo *Environmental Policy Group* onde tivemos a oportunidade de

desenvolver a pesquisa aprofundando o estudo teorias sociológicas importantes para este trabalho como a Teoria das Transições, bem como estar em contato com importantes pesquisadores como Alan Warde e Annemarie Mol, dentre outros. O estágio viabilizou a ampliação do trabalho de campo e assim foi possível incluir os restaurantes Holandeses, que possuem um movimento fortemente ligado a uma culinária localizada denominado Dutch Cuisine e também na Dinamarca onde pude estudar restaurantes representantes da New Nordic Cuisine.

## CONSTRUINDO O OBJETO DE PESQUISA

De acordo com o dicionário *Oxford*, a definição de Gastronomia é "A prática ou a arte de escolher, cozinhar e comer boa comida". Esta poderia ser uma definição aceitável, não fosse pela dúvida: quem diz o que é comida boa? Quem criou as regras? Longe de fornecer uma resposta conclusiva mas apontando uma direção possível, comecemos de forma simples. Se tentarmos fazer uma separação rudimentar no termo da gastronomia, poderíamos categorizá-lo em diferentes partes: ocidental e oriental, cozinha caseira e cozinha profissional, depois temos *catering* e restaurantes e, por último, mas não menos importante, os restaurantes *high-end*. Então, podemos dizer que gastronomia é um termo polissêmico, que comporta múltiplas possibilidades de aplicação.

A história da gastronomia mostrou que, durante muito tempo, a tradição francesa teve enorme poder para liderar os parâmetros dos restaurantes ocidentais e seu estilo culinário. Não foi até o final da década de 1970, com a *nouvelle cuisine*, onde ocorre um processo chamado por Poulain (2014) de descolonização gastronômica e os chefs passam a inovar trazendo (re) significados tradicionais e naturais na forma como reivindicam localidades e especificidades culturais, étnicas, de territórios, paisagens e ingredientes. Este processo de moldar identidades culinárias baseadas na diferenciação nacional é chamado de Gastro-nacionalismo (DeSOUCEY, 2010). Embora o ideal de nação tenha sido potencialmente usado como um mecanismo distintivo de resistência às tendências globalizantes nos mercados de alimentos, entre outros fatores, os riscos envolvidos no futuro dos recursos naturais do planeta e o papel dos alimentos neste cenário parece ser um novo elemento de coesão entre os chefs que extrapola os limites geográficos.

Aqui, aproximamos nossa pesquisa de acordo com a análise de Beck (2010) quando assumimos os riscos ambientais como nexos para definir o que ele chamou de Sociedade de Risco. Beck propõe pensar os riscos como um fenômeno democrático que não faz distinção de classe ou nacionalidade, portanto, sua gestão passa a ser de caráter transnacional, suscitando novas alianças e formas de ação que buscam antecipar e minimizar seus impactos, influenciando diretamente na ordem global e como práticas são constituídas. Considerando os riscos como imperativo e endêmico que atinge a todos desde um processo que nos obriga a lidar com soluções alternativas, Beck propõe o conceito de cosmopolitização. Este processo, faz com que estas novas variáveis de risco criem novos grupos ou coalizões entre atores que transcendem barreiras nacionais e físicas, constituindo arranjos cosmopolitas que representam interesses universais (GUIVANT, 2016).

Pois bem, de volta à nossa pergunta inicial: afinal, quem diz o que é boa comida então? Dentro do universo dos restaurantes, especialmente os restaurantes *high-end*, existem alguns sistemas de classificação que são mundialmente conhecidos: as estrelas *Michelin* e as listas premiadas. Estes esquemas de avaliação operam como mecanismos de valorização de restaurantes baseados em juris ou votações que traduzem parâmetros do bem comer e beber em forma de marcadores (estrelas e rankings) que auferem ao restaurante uma classificação, que na grande maioria das vezes, traz ao restaurante premiado relevante prestígio e um aumento significativo em seu público. Neste momento não pretendemos problematizar a origem e trajetória das listas e prêmios e seu papel de mediador na nossa análise, deixaremos isso para mais adiante. Mas neste momento, é suficiente apresentá-las como sistema de julgamento importante para o nosso campo que avalia e comunica uma versão do que é boa comida na gastronomia contemporânea.

Juntamente com as listas e estrelas, existem outras formas de valoração do que é boa comida, como os críticos gastronômicos, as revistas e jornais especializados, escolas de gastronomia, boca-a-boca e mais recentemente as mídias sociais. Vou seguir o raciocínio apresentando um exemplo. A revista *Time* de novembro de 2013 publicou a capa a seguinte capa:

**Figura 2: Deuses da Comida**



Fonte: Revista Time edição novembro de 2013

O artigo de mais de três páginas sob o título “Deuses da comida: conheça as pessoas que influenciam o que (e como) você come” traz uma criteriosa seleção de restaurantes premiados que, segundo a revista, exerce grande influência na indústria de restaurantes global e dita tendência não somente nos mercados da gastronomia, mas em supermercados e lojas especializadas. A reportagem segue dizendo:

Coming to you from a restaurant far away. You may never dine on the haute plates of Paris, Barcelona or Copenhagen, but don't be surprised if the innovations of chefs in those cities come sweeping into a restaurant near you - and for that matter food stores and supermarkets chasing in on the new trends. [...] That viral influence means an idea in Copenhagen can quickly end up in Chicago or Sidney. (ARIZPE, 2013)

Os chefs acima endeusados pela revista são respectivamente David Chang (Estados Unidos) Rene Redzepi (Dinamarca) e Alex Atála (Brasil) e são velhos conhecidos das estrelas *Michelin* e das listas de melhores restaurantes do mundo por muitos anos consecutivos. Juntamente com um time de outros chefs de diferentes partes do globo, eles têm atraído os holofotes para seus restaurantes devido uma maneira inovadora de

cozinhar que é construída com base numa interface entre culinária e sustentabilidade.

Então surge a primeira pergunta de nossa pesquisa: como se constrói essa nova forma de cozinhar? Quais são os elementos que os chefs utilizam para performar uma versão sustentável dos alimentos? De acordo com Mol (2012), os alimentos podem ser promulgados de maneiras diferentes, trazendo múltiplas variantes ontológicas, por exemplo, o que é bom ou ruim para comer, saudável ou insalubre, etc. Partindo deste pressuposto, consideramos que os objetos não possuem ontologias fixas e estáveis; ao contrário, eles são performados a partir de práticas sociomateriais cotidianas. Os significados atribuídos aos alimentos criam normativas que dão forma aos alimentos de diferentes maneiras por diferentes atores, redes e tradições científicas.

O processo de dar forma a alimentos embutidos por normas específicas ou ontonormas (MOL, 2002), revela escolhas políticas por trás da culinária. Cozinhar sazonalmente, organicamente e localmente representam uma maneira específica de cozinhar reivindicando uma realidade própria. Durante as entrevistas, pediu-se aos chefs que descrevessem seu estilo culinário e seus entendimentos sobre sustentabilidade. Suas respostas foram seguidas por descrições de suas práticas consideradas sustentáveis: como eles escolhem os ingredientes; como eles cultivaram seus próprios vegetais; e o que eles fazem para evitar o desperdício de alimentos em suas cozinhas. Mas percebemos que esses mesmos chefs também descreveram suas práticas sustentáveis com argumentos que revelaram o que não fazem: criticando o regime dominante; discursos contra o agronegócio, monocultura, OGMs; observando alimentos industriais como não saudáveis, etc.

Durante quatro anos de pesquisa, visitamos muitos restaurantes, entrevistamos alguns chefs, lemos inúmeros artigos e entrevistas em jornais e revistas relacionados com comida e seguimos mais de 400 perfis entre restaurantes, chefs e organizações ligadas a comida e gastronomia no Instagram. Em algumas de nossas visitas aos restaurantes, fomos conduzidos a outros espaços que não os convencionais para um restaurante num sentido mais tradicional do termo. Circulamos por estufas, hortas, lojas e salas de aula. A infraestrutura do restaurante está sendo modificada, assim, fazendas, hortas e estufas passam a fazer parte dos restaurantes, assim como agricultores passam a trabalhar ao lado de cozinheiros, e chefs passam a ser aspirantes a agricultores. O mesmo pode ser percebido com os menus, que deixam de ser fixos e estáveis e passam a aderir uma ideia de sazonalidade, ou seja, o comensal não tem a

possibilidade de escolher o que quer comer naquela refeição, mas ao contrário, passa a ser surpreendido pelo menu do dia, ou da semana que varia de acordo com o que há de mais fresco naquele período e eleito pelo chef. Isto nos conduz a segunda pergunta de pesquisa: Como os chefs constroem suas estratégias, arranjos e infraestruturas no sistema alimentar para lidar com a sustentabilidade?

Depois disso, refletimos através das redes emergentes projetadas pelos chefs, como a provisão de alimentos incorpora essas versões dos alimentos. A ideia de rede torna-se um conceito importante como um ponto de partida para a nossa análise. Com efeito, seguiremos os atores humanos e não-humanos que elas mobilizam através de suas conexões. A partir dela, buscaremos as associações entre os atores presentes no interior da rede de acordo com a proposta de Latour (2012) de reagregar o social. Isto implica em reconhecer os arranjos sociotécnicos que se constroem no percurso da rede, como por exemplo, perceber a centralidade dos ingredientes, dos modos de produção e das técnicas culinárias que são elementos não-humanos igualmente importantes para compreender o que os atores desta tese buscam promover.

Nossas ações cotidianas são mediadas por uma série de objetos e artefatos que permitem as interações com outras pessoas. Se pensarmos num restaurante, por exemplo, nossa interação com o chef se dá através da mediação de inúmeros objetos. Para ir ao Restaurante D.O.M em São Paulo, você precisa de um telefone para fazer uma reserva. Chegando lá, você vai sentar-se numa mesa, receber um menu para que possa fazer seu pedido. Depois de fazer seu pedido, um grupo de cozinheiros irá preparar sua comida utilizando panelas, fogo e água. O garçom trará seu prato, que virá com uma série de ingredientes, que possuem igualmente histórias e biografias. Você poderá pedir um prato com molho à base de formigas amazônicas ou quem sabe flores comestíveis. Não podemos esquecer os agricultores que produziram os ingredientes eleitos por Atála, bem como as revistas de gastronomia, os críticos gastronômicos, os jornais, revistas, programas de televisão dentre outros elementos, que tornaram o D.O.M o melhor restaurante do Brasil, e que conseqüentemente, fez você conhecê-lo e estar jantando lá. Assim, concordamos com Latour (2000, p. 70) quando ele diz, “a construção de um fato é um processo tão coletivo que uma pessoa sozinha só constrói sonhos, alegações e sentimentos, mas não fatos”.

Ao identificar como as práticas se constituem e que realidades elas trazem a existência é que trazemos nossa última pergunta de pesquisa. Esta tese parte de um cenário de transformação no sistema de provisão de

alimentos globais e as dinâmicas alimentares contemporâneas mediadas por práticas de sustentabilidade. Nosso plano de fundo consiste em analisar como a sustentabilidade emerge nos mercados da gastronomia e como os chefs passam a ser importantes atores dentro do sistema alimentar. Estas (re) orientações mediadas por práticas de sustentabilidade promovem novos arranjos alimentares e novas infraestruturas no sistema alimentar que devem ser melhores estudadas. Neste âmbito, as infraestruturas tecnológicas, quadros culturais ou relações de poder desiguais refletem igualmente para os grupos de atores envolvidos.

Seguiremos a proposta metodológica de Spaargaren, Oosterveer e Loeber (2012) que consiste em analisar as transições através de múltiplos níveis, que ocorrem em três níveis de institucionalização das práticas: nicho, regime e paisagem. Através de uma análise que identificou tipos de ideias de chefs e seus níveis de ação no sistema alimentar, apontamos uma direção para o tipo de agência que estes atores possuem no que concerne a práticas de sustentabilidade através de duas perspectivas: mídias sociais e o caso da indústria avícola no Brasil.

## SISTEMATIZAÇÃO OPERACIONAL DA PESQUISA

Para operacionalização do nosso campo de pesquisa nos articulamos diferentes fontes. Nos dividimos estas fontes nas seguintes categorias:

1) Pesquisa bibliográfica e documental: esta etapa da pesquisa consistiu em leituras de bibliografia especializada e documentos oficiais que auxiliem na construção do problema de pesquisa e temas transversais para a construção do objeto. Utilizamos como fontes os documentos oficiais publicados pelos chefs, como manifestos de diferentes grupos de chefs, sendo que os principais são: New Nordic Cuisine; Manifesto do Instituto Atá, Declaração de Lima e Carta de Milão, além dos livros de autoria dos próprios chefs: a) O Terceiro Prato de Dan Barber; b) *Noma: Time and Place in Nordic Cuisine* e c) René Redzepi: *A work in progress*, ambos de René Redzepi; d) D.O.M: redescobrimos ingredientes brasileiros, e) Com unhas, dentes e Cuca: prática culinária e papo cabeça ao alcance de todos e f) Ecoffianas Brasileiras, todos de Alex Atála. Outra importante fonte para nossa pesquisa consiste na análise de menus e receitas destacando como eles são performados pelos chefs e os processos

criação e inovação. Por último, devido à grande produção audiovisual que retrata o cotidiano de chefs, analisaremos algumas séries documentais sobre o universo gastronômico, como o *Chef'sTable*, *Noma: My perfect Storm*; *Ugly Food*; Massimo Bottura: o teatro da vida; e *Cook it Raw series*.

2) Entrevistas: as duas primeiras entrevistas com chefs foram realizadas no Brasil durante a realização de um pré-campo. Elas foram fundamentais para estabelecer os rumos da pesquisa no entanto não foram gravadas. Utilizaremos como fonte, as anotações da pesquisadora que foram produto destas conversas. A elaboração do questionário das entrevistas foi realizada na Holanda durante o estágio de doutorado-sanduiche. Selecionamos um grupo de 10 restaurantes na Dinamarca, mas somente 06 deles concederam entrevistas. Já na Holanda, selecionamos um grupo de 08 restaurantes, mas somente 04 chefs colaboraram com as entrevistas. Também entrevistamos via telefone a *International Restaurant Association*, instituição localizada em Londres que oferece consultoria especializada na transição para sustentabilidade em restaurantes e que atualmente representa cerca de 2000 restaurantes no Reino Unido. De volta ao Brasil, elegemos 06 restaurantes potenciais mas somente 02 deles aceitaram conversar conosco. Também tentamos entrevistar duas indústrias avícolas brasileiras que estabeleceram parcerias com chefs de cozinha. Uma delas aceitou nosso convite mas diante do conteúdo de nossas questões, desistiu de responder. No total foram realizadas 13 entrevistas.

3) Visitas aos restaurantes: Devido à dificuldade de entrevistar os chefs, selecionamos alguns estabelecimentos alimentares que são importantes para nossa pesquisa e fizemos refeições nestes lugares nos países onde realizamos trabalho de campo. Estas visitas consistiram em observações sistemáticas das dinâmicas dos restaurantes e food halls, analisando a infraestrutura, os menus, a comida, o serviço, comunicação visual os materiais de divulgação e a relação com os clientes no tocante a temática da sustentabilidade. Visitamos em Copenhague 03 restaurantes, o food hall Copenhague Street Food e o *Eataly Copenhague*. Já na Holanda visitamos 02 restaurantes, o *food hall Markthall*, o projeto social *Guerilla Kitchen* e a Feira Gastronômica de Natal da principal rede de supermercados holandesa Albert Hein. Em Londres visitamos 01 restaurante. No Brasil, visitamos 5 restaurantes, o Mercado São Jorge (Florianópolis), Mercado de Pinheiros (São Paulo) e *Eataly* (São Paulo)

além da edição da Feira de Gastronomia Sustentável no ano de 2015 em São Paulo. No total, além das entrevistas, visitamos 19 estabelecimentos alimentares onde reunimos observações, anotações, fotografias e materiais de divulgação.

4) Observações de campo *online* – esta etapa da pesquisa consistiu na sistematização de informações veiculadas nos perfis do Instagram com o objetivo de apontar particularidades e subjetividades importantes para nosso universo de pesquisa. Ao longo da pesquisa foi notável a ascensão do Instagram enquanto mídia social, que foi ganhando força e popularidade entre os usuários, bem como incluindo novas funcionalidades como por exemplo os *insta stories*, que permite o usuário incluir pequenos vídeos que ficam disponíveis online por 24 horas. As observações foram feitas durante 4 anos de pesquisa e nosso método de análise foi evoluindo gradativamente. Primeiramente selecionamos os chefs e restaurantes e observamos o conteúdo veiculado em suas contas. Em seguida os chefs foram nos guiando a outros chefs e restaurantes e assim nossa rede foi ampliando. Esta condução se deu de duas maneiras: a primeira parte dos próprios chefs, que em suas publicações marcam outros perfis; a segunda foi através de sugestões da própria ferramenta Instagram, que sugere perfis de acordo com as preferências dos usuários de maneira intuitiva. Passamos a seguir também escolas de gastronomia, revistas especializadas e seções relacionados a comida de jornais internacionais. Em seguida incluímos associações e ONGs mediadas por chefs bem como as listas de premiações neste campo. Ao final contabilizamos cerca de 400 perfis *online* que foram analisados qualitativamente com base nas fotos, vídeos, textos, localizações e *hashtag*<sup>6</sup> problematizando estas publicações na constituição de novas redes entre espaços *online* e *offline*. A metodologia utilizada será aprofundada ao longo do capítulo 4.

---

<sup>6</sup> As *hashtags* (#), ou sustentados como são conhecidos estes símbolos, são ferramentas utilizadas nas mídias sociais com a finalidade de criar etiquetas de unificação de assuntos, ou seja, ao colocar uma hashtag na frente de uma palavra, como por exemplo *#food*, o buscador do aplicativo irá reunir todos os conteúdos publicados cujos autores utilizaram a mesma *tag*.

## JUSTIFICATIVA DE PESQUISA

Esta pesquisa pretende contribuir para reflexão sobre o papel da sustentabilidade nas práticas culinárias contemporâneas desde uma perspectiva interdisciplinar. Estudar dinâmicas alimentares contemporâneas pelo viés da gastronomia, parece ser um campo interessante para pesquisa em Ciências Sociais, onde é possível perceber importantes transformações acontecendo *in loco*. Isso tornou-se evidente a partir da constatação de que poucos trabalhos têm sido produzidos com enfoque no universo da gastronomia, especialmente em restaurantes e as práticas culinárias contextualizadas dentro do paradigma da sociedade de risco. Os chefs apesar de representarem importantes atores dentro do sistema alimentar, tem recebido pouca atenção dentro do campo de estudos alimentares ou também conhecido como *food studies*, que tradicionalmente tem dado maior relevância para a pesquisa na produção, consumo e políticas alimentares. A importância dos chefs e restaurantes enquanto atores e instituições contemporâneas que influenciam na construção de gostos, nas práticas culinárias, redes de produção e consumo de alimentos sustentáveis, bem como as controvérsias dentro deste campo, são alguns dos caminhos que esta tese busca destacar.

Pretendemos avançar nesta pesquisa em três aspectos centrais. Em primeiro lugar, através da mobilização de um referencial teórico que traz novos repertórios para pensar estas práticas culinárias. A articulação de teorias centradas nas práticas, eventos e na materialidade dos alimentos e o que elas trazem a efeito permite uma visão inovadora para estudos interdisciplinares sobre alimentos. Em segundo lugar, destacamos nosso esforço empírico de mobilizar um trabalho de campo transnacional e online, que ao mesmo tempo trouxe desafios para a pesquisa, também permitiu resultados interessantes para pensar o estabelecimento de redes sócio-técnicas num nível cosmopolita e contemporâneo. Outra contribuição deste estudo, diz respeito a importância do estudo de sociabilidades online como um novo campo de estudo. Ao reconhecer as mídias sociais como uma ferramenta onde subjetividades são constituídas e compartilhadas, novos mercados são criados e outras associações são possíveis, é um grande desafio científico.

Acreditamos que mudanças de comportamento em atores chaves podem representar mudanças significativas especialmente no que diz respeito ao futuro da alimentação mundial. Portanto nossa tese também tem um papel político que deriva da nossa intenção de contribuir para os

estudos nas Ciências Sociais que problematizem o acesso a comida sustentável, saudável e suficiente para o futuro da população mundial.

## ALEGORIA DO OVO E DA GALINHA

Durante quatro anos de pesquisa, nos deparamos inúmeras vezes com um fato intrigante. Curiosamente, muitos dos restaurantes estudados, especialmente os da alta gastronomia, apresentavam em algum momento um prato cuja estrela principal era o ovo. Por muito tempo essa curiosidade foi muito mais um estranhamento do que uma constatação de pesquisa, e que passou despercebido pelo nosso faro sociológico. O estranhamento fundamentava-se na premissa do ovo ser um ingrediente ordinário na cozinha de um restaurante, diante dos inúmeros pratos preparados com ingredientes considerados mais nobres. Mas foi justamente por sua banalidade que o ovo passou de coadjuvante à protagonista. O ovo é um ingrediente muito versátil, sua utilidade vai de receitas doces e salgadas, ou a base de muitas variações de café da manhã, e ainda, recentemente, muito utilizado nas dietas fitness pelo seu valor proteico. O ovo não tem etnia, religião ou classe, talvez ele seja renegado apenas pelos veganos, macrobióticos ou outras dietas restritivas. Mas de modo geral, o ovo é um ingrediente bastante democrático e acessível.

O caso do ovo ficou esquecido durante algum tempo, até que um *insight* surgiu ao assistir novamente um dos episódios de *Chefs' Table* e trouxe maior clareza para este fenômeno. White (2005, p. 284) afirma que “passamos a viver com os dados - e com as pessoas - até que, quem sabe, algum acontecimento fortuito lance uma luz totalmente diferente sobre eles e comecemos a enxergar um padrão até então não visualizado”. O episódio mostra o chef Dan Barber na granja de pesquisa agrícola da Universidade de Cornell, juntamente com estudantes e um engenheiro agrônomo. Eles discutem estratégias de melhoramento genético para pimentas, com a finalidade de controlar sua ardência e sabor. Dan Barber tece comentários sobre a importância da modernidade e que o futuro da agricultura e da culinária depende do conhecimento científico. Então o chef pede para o agrônomo mostrar as pimentas vermelhas que estão sendo desenvolvidas para o projeto dos “ovos especiais”. O projeto consistia em preparar um purê a base de pimentões vermelhos para alimentar as galinhas, e o emprego desse extrato de pimentões na dieta das aves contribuiria para obtenção de gemas avermelhadas. Então surgiu o prato “Ovo de pimentão vermelho com tudo que a galinha come”. As

pimentas possuem um composto químico chamado capsaicina, esta substância é o que ativa a sensação de ardência provocada pelas pimentas ao nosso paladar, o engenheiro explica que as aves, ao contrário dos humanos, não são sensíveis a esta substância, logo ele conclui que comer pimentas faz parte do sistema “natural” das aves.

Esse trecho foi muito elucidativo para nossa pesquisa pois Barber chama atenção para aspectos muito importantes. Vamos utilizar o caso do ovo como recurso narrativo, apontando os desdobramentos que trabalharemos ao longo da tese. O primeiro deles trata-se da materialidade do ingrediente para a performance culinária. Quando se trata de sabor, os ovos não são todos iguais, é claro que o sabor depende muito das técnicas empregadas e da receita a ser executada, mas os ovos em suas virtudes naturais podem ser muito diferentes ao paladar. Tendo isto em mente, saltaram a memória as muitas versões dos ovos que encontramos durante a pesquisa: os ovos de antigas espécies de galinhas dinamarquesas, ovos envoltos em cinzas, e as variações de ovos desconstruídos e gemas modificadas.

**Figura 4: Ovos vermelhos Blue Hill e Ovos com cinzas Faviken**



Fonte: Gelb (2016); Elizabeth On Food (2018)

Barber e sua gema vermelha indica que devemos olhar para o prato e pensar nosso alimento como algo complexo que vem de algum de lugar. A indústria de alimentos tem produzido ingredientes medianos em grande abundância de modo que o sabor dos ingredientes perdem suas características mais básicas e muda nossa percepção sobre qual o sabor da comida. As prateleiras do supermercado nos ensinam quais alimentos devemos comer, e as embalagens criam biografias diversas aos nossos alimentos. O caso dos ovos de Dan Barber destaca como ocorre este processo dentro da gastronomia. Em primeiro lugar, ela mostra a

trajetória para a construção do sabor, mostrando uma complexa rede de atores por trás do prato: galinhas, pimentas, capsaicina, engenheiros agrônomos, chefs e universidades. Esta é uma abordagem culinária reversa, cuja atenção volta-se para o ingrediente antes dele chegar ao prato, uma culinária que faz pensar, que explora dimensões para além do paladar. A gema vermelha mostra um processo altamente complexo de como a dieta da galinha modifica um ingrediente tão comum em nossa culinária, o ovo

Mais adiante, argumenta-se como uma versão da gastronomia sustentável é construída baseado numa ideia do gosto de uma natureza comestível. Isso implica que uma série de atores através de redes heterogêneas que trabalham ativamente para trazer estas modificações para o interior da gastronomia. Inicialmente estas modificações ocorrem dentro dos restaurantes, pois são lugares privilegiados para receber estas mudanças, para em seguida transitarem para outros espaços, como os documentários do Netflix, via internet e através de alianças com outros atores do setor alimentar.

Vamos a um trecho da crítica de Peter Weels para o Jornal *The New York Times* de 24 de abril de 2018, que ilustra estas estratégias criativas dos chefs envolvendo a sustentabilidade, e como estas traduções chegam ao menu.

The cod-head dish sums it up. Noma's strategy in all things is to get rid of any received notions of luxury in restaurants and replace them with something seen as more humble (pottery spun on a wheel instead of Bernardaud porcelain), eccentric (natural wines rather than blue-chip Bordeaux), overlooked (horse mussels instead of no horse mussels), or undervalued (cod heads for lobster). Mr. Redzepi and his colleagues have rebuilt the template of high-end, destination dining piece by piece with stuff that has been thought about, considered and chosen for a reason. Sometimes the cook or dining-room worker bringing the food to your table tells you the reason, but even when you're not told, you can still sense that everything has a purpose. That's what Noma is about as a business serving food. As an aesthetic project, it is also about questioning received hierarchies of value. The stray plant in your backyard or window box is a weed only if you pull it out. Let it grow

and it could be a wildflower, or a tasty addition to tonight's salad. (WEELS, 2018).

Estes objetivos na gastronomia ligados a uma maior simplificação, artesanidade e uma ideia de natureza selvagem, criam uma série de inovações nas práticas culinárias que modificam a forma de cozinhar, trazendo elementos normativos sobre o que se deve fazer e o que se deve evitar. Muitas vezes, estas inovações são inspiradas no passado, usando tradições e técnicas antigas, como a popularização da fermentação, por exemplo, mas que são ajustadas a contemporaneidade de uma nova maneira. Outras vezes elas utilizam o conhecimento científico para potencializar o sabor, como Barber busca fazer com auxílio do engenheiro agrônomo da universidade de Cornell. A escolha por ingredientes mais simples como as plantas forrageiras, que é comumente considerado ervas daninhas na agricultura, aqui ganham uma nova interpretação e passam a estrelar o menu. Utilização de louças artesanais, vinhos naturais ao invés de rótulos famosos, mostram elementos dessa simplicidade que flexibiliza a experiência gastronômica através de uma outra abordagem.

Deste modo, os chefs são atores importantes para comunicar esta culinária ao grande público, a maneira como eles performam os ingredientes ao longo de suas práticas culinárias, transforma em algo diferente. Estas práticas são vistas dentro de um esquema de inovações para lidar com a sustentabilidade de forma bastante criativa. Criar pratos com ingredientes com sabores únicos, baseados na simplicidade e em melhorias nas virtudes naturais para potencializar o sabor tem sido uma forma de redefinir o que é considerado luxo, sobretudo, para a alta gastronomia. Isso passa a democratizar a gastronomia que fica cada vez mais acessível a um grande público. Esta nova forma de cozinhar auxiliar a moldar diferentes paladares que passam a apreciar as virtudes naturais do ovo de um lado, e de outro, evitar o Big-Mac. Todavia, estas modificações ocorrem em nível de nicho, e o acesso a este tipo de alimentação ainda é muito restrito a grande parte da população. Nós argumentos que os ingredientes têm suas ontologias modificadas pelos chefs ao longo de suas práticas, produzindo transformações na percepção do sabor. O prato de comida consegue criar nexos de tempo e espaço e traduzir algo, uma mensagem do chef. Este é um tipo de culinária que para existir, reivindica a dimensão natural inerente dos ingredientes de uma maneira distinta, que se expressa na potência do sabor, explorando diferentes gostos de natureza em sua agrobiodiversidade e simplicidade.

Dito isso, nossa tese consiste em mostrar os chefs e restaurantes como importantes atores na construção de uma versão sustentável da

gastronomia que colabora para reorganizar as práticas culinárias contemporâneas. O fio condutor da tese buscou investigar o conjunto de mudanças na gastronomia quando a noção de sustentabilidade passa integrar tais práticas. Nosso esforço consiste em demonstrar que os atores não fazem isso sozinhos de forma isolada, ao contrário, eles trabalham em esquemas de colaboração e apoio dentro destas múltiplas redes. Um breve exemplo de como estas colaborações ocorrem, vale citar como os chefs trabalham em conjunto para prestigiar projetos de outros cozinheiros. Dan Barber e Redzépi, além de trabalharem juntos em projetos coletivos, também auxiliam na promoção de seus projetos individuais. Dan Barber é um dos palestrantes assíduos do simpósio MAD realizado em Copenhague e promovido por Redzepi para falar de inovações de sustentabilidade na gastronomia. Já Redzepi é chef convidado nos eventos de Barber para cozinhar no evento chamado *Waste*, cujo enfoque é cozinhar com ingredientes considerados desperdício na cozinha. Ambos fazem parte do grupo G11 que reúne os 11 cozinheiros mais renomados que fazem parte do Conselho Assessor Internacional do Centro Culinário Basco (*Basque Culinary Center*) – que integra a Faculdade de Ciências Gastronômicas e o Centro de Investigação e Inovação Culinária, em San Sebastian, na Espanha, liderado por Ferran Adrià. Abaixo, a foto oficial do grupo que é presidido por Ferrán Adrià (Fundação El Bulli, Espanha), e o conselho formado pelo italiano Massimo Bottura, pelo francês Michel Bras o japonês Yukio Hattori, (médico e presidente da École de Cuisine et Nutrition) o mexicano Enrique Olvera, o espanhol Joan Roca (El Celler de Can Roca, Espanha), o peruano Gastón Acurio, o inglês Heston Blumental (The Fat Duck, Reino Unido), o dinamarquês René Redzepi (Noma, Dinamarca), o americano Dan Barber (Blue Hill, Estados Unidos) e o brasileiro Alex Atala (D.O.M e Dalva e Dito e Bio, São Paulo). Na foto abaixo, o chef Joan Roca não está presente.

**Figura 5: Grupo G11**



Fonte: Revista Prazeres a Mesa, 14 de novembro de 2014.

Estes chefs compõem uma importante rede de cozinheiros a nível mundial, mas igualmente fazem parte de sub redes de interações localizadas, que buscam fortalecer a gastronomia e meio ambiente de seus países. Através de uma perspectiva crítica do sistema alimentar contemporâneo, eles criam dinâmicas de nicho para lidar com a sustentabilidade. Suas ações possuem enorme visibilidade midiática e eles tem amplo poder de influenciar não somente chefs do mundo, mas também o público em geral. Em seguida, apresentaremos a caracterização do que consiste este tipo de gastronomia sustentável e como ela é performada pelos atores.

## **CAPÍTULO 1 - QUANDO A TEORIA É A PRÁTICA**

Este capítulo tem como objetivo apresentar a bibliografia que utilizaremos como base teórica para a tese. Nossa pesquisa parte do esforço interdisciplinar de articular diferentes teorias que possuem um foco em comum: as práticas. Apesar das diferentes tradições teóricas que apresentaremos ao longo do capítulo para tratar do tema, nosso exercício é mobilizar um referencial teórico que possui tanto afinidades quanto discontinuidades. Portanto nosso objetivo é utilizar tais teorias como um quadro conceitual adaptado à luz do nosso universo empírico. Sendo assim, o objetivo deste capítulo é construir o objeto de pesquisa, que consiste em mostrar como uma versão sustentável da gastronomia é feita através de redes mobilizadas por chefs. Para isso, o esforço parte de apresentar o objeto priorizando a descrição das práticas, eventos e materialidades. A proposta da teoria do Ator-Rede (ANT) em seguir os atores, auxilia no mapeamento das associações entre os atores (humanos e não humanos), mostrando como ocorre as configurações em redes. Ao trazer a materialidade para compor nosso esquema analítico, mostramos como os chefs moldam os ingredientes, performando uma versão sustentável. Identificamos esquemas de valoração de práticas dos chefs e quais são as principais narrativas e elementos mobilizados ao performar a comida. Argumenta-se que ao longo das práticas culinárias, os chefs modificam as ontologias dos ingredientes. Isso implica num esquema de normatividades para o cozinhar que afeta a gastronomia e que são compartilhados pelos chefs que estudamos. Usamos a Teoria das transições para demonstrar estas inovações nas práticas dos chefs numa tipologia de mudança que se constroem em nichos estratégicos, e como os elementos inscritos nestas práticas se deslocam no interior destas redes questionando os regimes alimentares dominantes.

### **1.1 - PRÁTICAS CULINÁRIAS EM TRANSIÇÃO: UMA VERSÃO DA GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL**

Atualmente, abordagens renovadas sobre a teoria das práticas têm sido amplamente estudadas e utilizadas em estudos empíricos relacionando-se a tópicos como o consumo alimentar Warde (2005) e sustentabilidade Shove e Spurling (2013). Nosso interesse está exatamente na intersecção entre estas duas áreas, que se sobrepõem de diferentes maneiras e se transformam dinamicamente na vida cotidiana.

Como já foi explicado na introdução, o objetivo da tese é analisar as transformações na gastronomia através do estudo sobre as redes de chefs e restaurantes que mobilizam a sustentabilidade como eixo central e quais dinâmicas são produzidas a partir disso.

Shove e Spurling (2013) argumentam que para atenuar e adaptar às mudanças climáticas são necessárias mudanças nos padrões de consumo e da vida diária. Para estes autores, a lógica consiste na tentativa de prever diferentes formas de realizar tarefas cotidianas de modo que elas se encaixem em formatos mais sustentáveis, sendo resilientes, adaptáveis e justas. Estas mudanças implicariam em transições substanciais no que as pessoas fazem, tal como transitam diariamente, seus hábitos alimentares e o que fazem com seu tempo. Estas transformações podem ser observadas em inúmeras iniciativas a partir do âmbito alimentar em diferentes esferas como ciência, política, agricultura, nutrição e mídias, para citar alguns exemplos. Todas estas mudanças impactam diretamente no comer contemporâneo e suas dinâmicas subjacentes, especialmente no comer e suas formas de consumo diárias.

Mas então como estudar estas transformações alimentares cotidianas, partindo das práticas? Inicialmente uma distinção se faz necessária, a diferença entre o que o que é prática (*practice*) e práticas (*practices*). Quando usada no singular, uma prática é o mesmo que práxis, ou seja, uma descrição da ação humana que contrasta com a teoria ou o pensamento. Já quando o termo é utilizado no plural, significa comportamentos rotinizados conectados por diferentes elementos por meio de nexos (RECKWITZ, 2002). O conceito denexo consiste nos tipos de ligações estabelecidas entre o que é dito e o que é feito. Ao adotar essa abordagem, é necessário assumir as práticas enquanto uma unidade primária para a análise. Isto requer um exercício de abstração mais complexo, quer dizer que precisamos transcender as dicotomias clássicas presentes em correntes da teoria social que polarizam as noções como estrutura/indivíduo, sujeito/objeto e natureza/cultura.

O interesse nos estudos das práticas faz parte de um movimento mais amplo na teoria social que buscou ir além de dualidades problemáticas. Bourdieu (1998) e Giddens (1990) são alguns dos importantes sociólogos que passaram a chamar a atenção para a centralidade das práticas como forma de criticar o determinismo de estruturas sociais e apresentar contribuições que buscam transpor oposições engessadas entre ação-estrutura. Sendo assim, a atividade humana e a estrutura social estão numa posição relacional, onde tanto os indivíduos agem de acordo com sistemas estruturais, ao passo que estas

mesmas estruturas são reproduzidas no fluxo da ação humana. A abordagem centrada nas práticas pressupõe que a experiência deve ser entendida como um processo em fluxo, em que as rotinas e hábitos são constantemente questionados e reformulados. Estas reformulações não ocorrem como um ponto de passagem entre estrutura e a ação individual, mas antes, como algo que decorre das práticas.

Já nos Estudos Sociais da Ciência, uma série de estudos passaram a chamar atenção para as práticas, e este movimento foi chamado de “*practice turn*” (SHATZKI, 2001). O marco inicial desta virada se deu através das etnografias de laboratório, que passaram a estudar como os fatos e artefatos científicos eram fabricados dentro do laboratório, e fizeram com que a assertiva que atribuí o sucesso ou falha dos objetos científicos exclusivamente por suas características inerentes, fosse substituída por um estudo detalhado das práticas científicas, mostrando como atores (humanos e não-humanos) trabalham em conjunto para garantir sua produção, circulação e aceitação (e.g. LATOUR; WOOLGAR, 1997). Deste modo, estes novos estudos inauguram um campo que se ocupa em verificar como a ciência e tecnologia, ou tecnociência é “feita”. Esta concepção assume que a ciência e tecnologia são relacionais e devem ser analisadas em conjunto (LATOUR, 2000).

Estes estudos trouxeram um importante debate propondo uma mudança de foco das questões de conhecimento e epistemologia para questões de ontologia. Assim, ao invés de pensar em formas de se compreender o mundo, passou-se a questionar a natureza da realidade e os tipos de entidades que constituem o mundo, pluralizando a própria ideia de mundo, já que pensar nesta categoria pressupõe um mundo que existe independente das práticas humanas e não humanas. Isso faz com que o objeto de investigação passe a ser a própria existência das entidades, ao invés de buscar modos de conhecer entidades pré-existentes.

Para Woolgar e Lezaun, (2013), um termo que faz parte do léxico ontológico é a noção de “enactment”, que em português uma de suas possíveis traduções é como performance. Estes autores argumentam que os objetos são performados nas práticas. Assim, a noção de contexto deixa de ser uma ferramenta explicativa, ou seja, o objeto não ganha um significado pelo seu contexto, pelas circunstâncias externas a sua própria existência, mas antes eles são trazidos a existência no decorrer das práticas, e neste momento eles são provisoriamente cristalizados, promulgando assim uma realidade particular que evoca uma ação temporária de um conjunto de circunstâncias. Desta maneira, o contexto deixa de ser algo estático onde os objetos existem, e passa a ser uma

“propriedade emergente de interação disponível para os participantes” (WOOLGAR; LEZAUN, 2013, p. 324). Por essa razão, a descrição das práticas e o conjunto de entidades presentes durante a sua performance, passa a ser uma unidade analítica que proporciona novos repertórios e oferecem novas sensibilidades.

Estudos como Woolgar, Lezaun (2013) Viveiro de Castro (2014) e Mol (2002) problematizam essa virada para a ontologia através de uma crítica a representação, pois o termo parece apontar a existência de algo anterior ao que está sendo representado. Esta crise da representação, desestabiliza dualismos (teoria/prática, cultura/natureza e pessoas/coisas). Na antropologia, Viveiro de Castro (2014) aponta para um debate interessante ao chamar a atenção para a noção de “delegação ontológica”. Ele argumenta que o pesquisador deve ter as ontologias nativas analisadas ativamente como manifestações em suas próprias práticas, ao invés de serem analisadas passivamente por nossas próprias determinações ontológicas. Isso quer dizer que o antropólogo parte de uma certa vantagem epistemológica diante do nativo. Mesmo que o sentido parta da interação com o outro, o intelectual acaba por ter uma vantagem estratégica diante deste sentido, pois “é ele quem explica e interpreta, traduz e introduz, textualiza e contextualiza, justifica e significa esse sentido” (VIVEIROS DE CASTRO, 2002, p. 115). Portanto, o autor busca recusar esta vantagem sobre o discurso do outro de modo a reivindicar um princípio de maior igualdade na produção de conhecimento, agindo dessa maneira, evita-se à aplicação de conceitos extrínsecos ao objeto, trazendo simetria aos procedimentos que caracterizam a investigação. Isso dá lugar a outros modos de pensar, como o no caso de Viveiros de Castro um “modo de pensar indígena”, mas antes aos “objetos desse pensar, o mundo possível que seus conceitos projetam” (VIVEIROS DE CASTRO, 2002, p. 123). A partir disso, o foco sobre visões de mundo, que parte da ideia de que existe um mundo pronto a ser visto diante das representações individuais e coletivas, devem ceder lugar aos mundos que são constituídos pelos conceitos nativos, e não categorias próprias do entendimento.

Estes estudos fazem com que a realidade seja pensada não como algo estático e passível de ser vista por uma série infinita de perspectivas. Ao contrário, a realidade passa a ser pensada através de muitos modos de existência (LATOURETTE, 2013) ou ainda através de ontologias múltiplas (MOL, 2002). Aqui, o conhecimento deixa de ser uma questão de referência e passa a ser uma questão de manipulação (MOL, 2002).

Mas então de que material consistem as práticas? Como entender suas transformações ao longo do tempo? As práticas podem ser entendidas como um bloco ou um padrão que pode conter inúmeras ações individuais interconectadas por uma série de elementos heterogêneos (humanos e não humanos). Deste modo, a prática persiste entre e através de sua ação, representando um nexos de tempo e espaço que conecta fazeres e dizeres, ou seja, as práticas existem simultaneamente como performances (WARDE, 2005; SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012). Para ilustrar como seu esquema opera, vamos fazer uma comparação didática com a prática de cozinhar. Para cozinhar é necessário um conjunto de elementos: panelas, cozinha, o corpo, ingredientes, as competências e habilidades necessárias para seu desempenho; um conjunto de regras e normas que definem como a prática deve ser feita; os significados para os praticantes e para as pessoas que não participam deste universo, etc. Todo este conjunto de elementos heterogêneos cognoscíveis através da prática de cozinhar compõe uma entidade que permite que a prática seja performada.

Assim, para Shove, Pantzar e Watson:

It is through performance, through the immediacy of doing, that the 'pattern' provided by the practice-as-an-entity is filled out and reproduced. It is only through successive moments of performance that the interdependencies between elements which constitute the practice as entity are sustained over time. Accordingly, skateboarding only exists and endures because of countless recurrent enactments, each reproducing the interdependencies of which the practice is comprised (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012, p. 7).

Warde (2005) é um dos autores que utiliza a teoria das práticas recorrentemente em seus estudos sobre o comer. Para este autor, as práticas ganham existência enquanto um tipo de rotina de comportamento que é composto por inúmeros elementos interligados e representando uma entidade coerente, por exemplo: atividades corporais, coisas e seus usos, estados emocionais, atividades mentais, saberes e fazeres, etc. As práticas são classificadas de duas formas: enquanto uma entidade coordenada e como performance. A primeira caracteriza-se através de um nexos de desdobramento temporal, dispersa do ponto de vista espacial, como por exemplo, a prática de cozinhar. Isso significa que a prática consiste da

criação de elos entre o que é dito e o que feito e estas ligações ocorrem através de três eixos principais: dos entendimentos sobre o que se diz e o que se faz; através das instruções e regras do que se diz e o que se faz; e através de estruturas teleoafetivas, ou seja, através da seleção de crenças, emoções, projetos, etc. Os nexos que unem o que é dito e o que é feito são analisados através de três referenciais: entendimentos, procedimentos e engajamentos.

A segunda classificação das práticas refere-se a sua performance, que significa a realização das práticas, ou seja, a performance dos dizeres e fazeres. Esta performance permite que as práticas sejam atualizadas e sustentadas através de seus nexos, que para Warde (2005) “*the reproduction of the nexus requires regular enactment*”. Sendo assim, a prática pode ser entendida como um padrão, mas que contém inúmeras ações individuais que podem até mesmo ser únicas e, do ponto de vista de sua performance, ser realizada por um indivíduo com um corpo, que em seguida, atua como o transportador dessa prática. Então, a prática é simultaneamente uma entidade coordenada, que requer uma performance para ser trazida a sua existência. Isto implica que a prática é uma produção recriada num *continuum* que tem como base os meios pelos quais os atores se expressam. As práticas possuem histórias e trajetórias que vão sendo transformadas de acordo com o tempo e espaço, bem como os arranjos institucionais em que estão inseridas.

A teoria das Práticas tem tido considerável influência igualmente para a corrente teórica dos estudos sobre do consumo. Deste modo, o consumo passa a ser entendido como resultante das práticas, ou seja, adquirir e manipular algum objeto faz parte do processo para a realização de uma prática. Os estudos sobre consumo e cultura material, por exemplo, pensam o consumo com objetivo de compreender as novas dinâmicas culturais presentes na contemporaneidade. Neste sentido autores como Appadurai (2008); Sahlins (1997); Douglas e Isherwood (2009); Miller (2007); Kopytoff (2008); Bourdieu (2002), Mauss (2003) De Certeau (1984) dentre outros, ressaltaram a influência das trocas em inúmeras esferas da vida social, como a relação entre pessoas e mercadorias na cultura material, o consumo como fenômeno transversal a construção identitária dentro de uma economia capitalista globalizada e ainda os processos subjetivos que influenciam na escolha por bens. Desta maneira o consumo é um fenômeno cotidiano, essencial e heterogêneo, que pode atuar conforme Douglas e Isherwood (2009) como “pontes ou cercas” criando mecanismos de inclusão ou exclusão de indivíduos,

agindo como definidor de status, formador de grupos sociais, demarcando as fronteiras entre diferentes grupos.

Para Warde (2016) as Ciências Sociais têm abordado o ato de comer de maneira insuficiente diante da complexidade desta atividade. Comer tem sido tratado muito mais como um tópico de análise do que um objeto de estudo científico. Concordamos com autor quando ele considera o comer como um momento de consumo, e se caracteriza da seguinte forma:

Consumption was recognized as an enjoyable and often constructive process, a process of creative appropriation of goods and services, which served commendable personal and sociable ends. Reversing also the prevailing condescension towards popular culture and popular practices expressed by critics of mass culture, the cultural turn demonstrated the meaningfulness of consumption. Consumption was shown to play a role in identity formation and aesthetic expression in everyday life (WARDE, 2016, p. 3).

O comer pode ser compreendido dentro de um quadro de “práticas compostas” (WARDE, 2016). Estas práticas compostas dizem respeito aos diferentes níveis de coordenação e regulação presentes e catalisadas por uma prática. O comer é formado a partir da articulação de diferentes práticas que emergem em diferentes momentos reflexivos: adquirir os ingredientes, definir uma receita, cozinhar ou escolher um restaurante, para que finalmente o alimento possa ser incorporado pelo indivíduo. Isto revela que as performances de comer estão sujeitas a interferências que compõem um hall de outras práticas que são integrativas.

Consideramos que comer pode ser visto a partir de uma forma relacional de consumo, que nos interessa delinear são as modificações e inovações nestas práticas quando a o discurso de sustentabilidade passa a ser um elemento ativo. Um dos nossos argumentos é que os chefs agem nos nexos que moldam entendimentos, as regras e as estruturas teleoafetivas nas práticas de comer e cozinhar, que são modificadas resultando em novas performatividades alimentares. Portanto, quando apelos à sustentabilidade são feitos, os chefs têm a capacidade de influenciar na forma como a comida é percebida e consumida.

Deste modo, colocando em evidência a prática de cozinhar dentro do restaurante, nós percebemos como os nexos são modificados nas atividades que envolvem a produção, a execução e inovação nas formas de performar a comida.

A proposta em mobilizar a teoria das Práticas é de contribuir com uma explicação distinta sobre o comer e sobre como as pessoas orquestram suas performances. Qualquer indivíduo que cozinha, faz uma combinação de elementos que são variáveis durante a montagem de sua performance. Estes elementos são diversos e seus comportamentos e justificativas para suas escolhas derivam da compreensão da relação entre performance e a prática enquanto uma entidade. Apesar das performances serem singulares no tempo e espaço, os atores demonstram capacidade de alinhar estas performances sem um autoquestionamento, seguindo um senso prático. Warde (2016) argumenta que uma vez que se comeu todo o conteúdo de sua geladeira, as pessoas podem sair e comprar novos itens totalmente diferentes dos anteriores. Deste modo, podemos ser vegetarianos por um mês, já no seguinte podemos nos alimentar de junk food.

Os chefs aparecem como importantes atores que traduzem e criam regras e normas no comer contemporâneo. Os guias de restaurantes (e.g. *Michelin* e *The world's 50 best restaurants*, dentre outros) operam como uma forma de objetivar a prática de comer fora. Eles passam a aconselhar sobre o que e onde comer, agindo como uma referência que sistematiza uma série de atributos de qualidade, na que o consumidor atribui confiança. Os guias são mediadores entre o público consumidor e restaurantes, que passam a criar normatividades sobre a prática de comer e cozinhar. Estas normativas não são fixas e mudam de acordo com os interesses dos atores envolvidos. São justamente como se constroem estas ontonormas no âmbito da gastronomia que nos interessa estudar.

Para mostrar como as mudanças de práticas culinárias ocorrem, daremos um exemplo bastante ilustrativo. Seja na cozinha de casa ou na cozinha de um restaurante, quando pensamos na elaboração de um prato, quando julgamos ou elogiamos um prato pelo seu sabor, costumamos perguntar: qual a receita? A receita é algo tão básico dentro da culinária que pouco nos questionamos sobre sua existência. Podemos pensar que as receitas se comportam como mediadores na gastronomia. As receitas são atores não humanos que ajudam a traduzir uma série de elementos como quantidades, ingredientes, tempo, técnicas e culturas que auxiliam no curso da ação de transformar toda uma gama de elementos heterogêneos em comida. Deste modo é necessário estar atento às particularidades dos mediadores, pois eles mostram diferentes maneiras de tradução. Se pensarmos num risoto, por exemplo, todos têm alguma opinião, memória, afetividades ou concepção sobre o que é considerado um risoto ideal, ou um bom risoto. Então, para se ter um bom risoto é

necessário ter como referência uma receita que especifique as quantidades de ingredientes, os passos a seguir, as técnicas a serem aplicadas e os segredos que contribuem para um certo misticismo do prato (e.g um risoto dos deuses). Por vezes a própria prática culinária é confundida com a simples execução de uma receita. Isso não é sem propósito como apontam Dória e Atála (2008), ao argumentar que historicamente, durante a Idade Média, as elites utilizavam a culinária como uma forma de controlar os humores, que por sua vez estavam relacionados ao controle de fluídos corporais. Por essa razão, o cozinheiro, juntamente com o médico, tinha um papel na manutenção da saúde através de uma perfeita combinação de ingredientes que deveriam proporcionar a harmonia corporal dos mais ricos. Não é à toa que tanto na medicina quanto na gastronomia, o termo receita é amplamente utilizado até os dias de hoje.

Já no século XX, Auguste Escoffier, um dos principais nomes da alta cozinha francesa, escreveu o cânone da gastronomia “Le guide culinaire” que sistematizava 5000 receitas francesas. Por muitos anos, a execução à risca das receitas Escoffianas era considerado a fórmula do sucesso entre os chefs e restaurantes. Chefs como Fernand Point e Alan Ducase, Paul Bocuse foram nomes da escola francesa que passam a contestar a ortodoxia das receitas como limitador da criatividade culinária, e fundam a escola moderna “Nouvelle Cuisine”, que seguindo o contexto político questionador da década de 1960, começa a desviar o foco das receitas para os ingredientes. A Nouvelle Cuisine lançou dez mandamentos que estabelecem regras gerais para designar boas práticas culinárias, sendo que o décimo mandamento diz: serás inventivo (criativo).

- 01- Não cozerás demais.
- 02- Utilizarás produtos frescos e de boa qualidade.
- 03- Tornarás leve teu cardápio.
- 04- Não serás sistematicamente modernista.
- 05- Buscarás, entretanto o que te proporcionam a novas técnicas.
- 06- Evitarás vinhas-d’alho, fermentações, etc.
- 07- Eliminarás molhos com manteiga.
- 08- Não ignorarás a dietética.
- 09- Não usarás truques para melhorar tuas apresentações.

Em muitos momentos do trabalho de campo, nos deparemos com o nome de Ferran Ária como sinônimo de “libertador” da prisão das receitas. O chef catalão fundador da gastronomia molecular, é considerado por muitos o melhor chef do mundo e o dono dos projetos mais ousados na gastronomia, como o genoma culinário, que pouco tem a ver com cozinhar – trataremos melhor deste tópico mais adiante para falar dos foodlabs. A figura de Ária teve forte influência entre grande parte dos chefs que estudamos. Seu estilo subversivo de cozinhar com base nos ingredientes foi responsável por trazer a alta gastronomia contemporânea um fator muito importante, a inovação. Este tipo de inovação culinária produziu um rompimento com a cozinha francesa baseada nas técnicas, tornando possível que outras possibilidades de experimentação culinária passassem a ser melhores aceitas, assim como a gastronomia molecular, por exemplo.

Portanto, as receitas são importantes mediadores para a gastronomia que se modificam ao longo do tempo e espaço e que igualmente transformam as práticas. Mas qual o papel das receitas hoje em dia? Para entender que tipo de versão de culinária sustentável nossos chefs estavam engajados, foi necessário compreender como eram os seus processos de construção culinária de maneira mais ampla. Percebemos ao longo de nossas entrevistas que a receita perdeu a centralidade nas práticas dos chefs. Isso não significa que ela perde totalmente seu sentido dentro da gastronomia, mas ela passa ser mobilizada de uma maneira muito diferente. Uma cozinha de base sazonal não é construída com base em receitas. O seu fluxo é inverso; ela tem seu início nos ingredientes. Um ingrediente é um universo de possibilidades culinárias a ser explorado pelos chefs, que está aberto a inovações autorais e sua escolha depende exclusivamente de suas virtudes naturais. Portanto a sazonalidade confere um status temporal ao menu de um restaurante sustentável, seus pratos passam a ter como princípio, a escolha de ingredientes disponíveis naquela estação e seu tempo de duração no menu é relativamente proporcional ao tempo possível de se produzir aquele ingrediente, seguindo uma racionalidade agrícola. Isso traz um elemento de incerteza para o menu, que se constrói de uma maneira distinta. Isso revela uma ruptura com a ideia mais tradicional dos menus dos restaurantes “a lá carte” em que o comensal já sabe parcialmente o que esperar da refeição devido à estabilidade dos ingredientes que compõem as receitas elaboradas pelos chefs. Esta nova configuração de menu tem sido

chamada de “table d’hôte” ou “menu degustação”, onde as informações a respeito do que se irá comer se dá exclusivamente através da estrutura do menu, geralmente composto por um número fixo de pratos mas que podem variar a cada dia, semana ou mês, trazendo um elemento surpresa para a refeição em que o chef detém o controle.

Dan Barber relata que ficou conhecido como um expoente do movimento Farm-to-Table (da granja à mesa) graças a um equívoco de planejamento dos ingredientes. Ao chegar da feira de produtores com aspargos frescos, deparou-se com inúmeras caixas do ingrediente em sua cozinha que foram comprados em excesso. Sua alternativa para solucionar o impasse foi servir, por uma noite, todos os pratos utilizando os aspargos excedentes. Nesta mesma noite, justo um renomado crítico gastronômico visitou seu restaurante, e para a surpresa de todos, ao publicar sua crítica, denominou o Blue Hill como o novo exemplo do Farm-to-Table. O argumento da crítica consistia em exaltar como o chef comprovava naquele jantar que não tinha medo de apresentar os ingredientes no auge do seu sabor. Já Jamie Oliver, por exemplo, em muitos de seus programas de tv de culinária, não utiliza medidores e escalas para ensinar seus pratos. Ao contrário, o chef encoraja seus telespectadores a reconectar com a prática culinária de modo intuitivo, de brincar com temperos, de substituir um ingrediente por outro semelhante que você tem em casa, de usar o paladar para verificar se é necessário adicionar mais sal ou mais pimenta.

Ao analisarmos o papel das receitas em diferentes momentos na gastronomia, percebemos como este conjunto de modificações de técnicas e escolhas por ingredientes sazonais que derivam de uma nova racionalidade natural na culinária, quando conduzidas nestes termos, modificam imensamente o papel das receitas dentro dos restaurantes, e esta recombinação e ajustes de elementos interpretativos da receita, resulta igualmente em modificações que afetam a prática de cozinhar.

## 1.2 - INGREDIENTES, MENUS E ESTRELAS: TRAZENDO A MATERIALIDADE PARA A DISCUSSÃO

Se você puder, com a maior tranquilidade, sustentar que pregar um prego com ou sem um martelo, ferver água com ou sem uma panela, transportar comida com ou sem um cesto, andar na rua com ou sem roupas, zapear a televisão com ou sem o controle remoto, parar um carro com ou sem o freio, fazer um inventário com ou sem uma lista,

administrar uma empresa com ou sem a contabilidade são exatamente as mesmas atividades, que a introdução desses implementos comuns não muda nada “de importante” na realização das tarefas, então você está pronto para visitar a Terra Longínqua do Social e desaparecer daqui. Para todos os outros membros da sociedade esses implementos fazem muita diferença e são, pois, segundo nossa definição, atores – ou, mais exatamente, partícipes no curso da ação que aguarda figuração (LATOIR, 2012, p. 108).

Nossas ações cotidianas são mediadas por uma série de objetos e artefatos que permitem as interações com outras pessoas. Se pensarmos num restaurante, por exemplo, nossa interação com o chef se dá através da mediação de inúmeros objetos. Para ir ao Restaurante D.O.M em São Paulo, você precisa de um telefone para fazer uma reserva. Chegando lá, você vai sentar-se numa mesa, receber um menu para que possa fazer seu pedido. Logo após o pedido, um grupo de cozinheiros irá preparar sua comida utilizando técnicas, panelas, fogo e água. O garçom trará seu prato, que virá com uma série de ingredientes, que possuem igualmente histórias e biografias. Você poderá pedir um prato com molho à base de formigas amazônicas ou quem sabe flores comestíveis do interior de São Paulo. Não podemos esquecer os agricultores que produziram os ingredientes eleitos por Atála, bem como as revistas de gastronomia, os críticos gastronômicos, os jornais, revistas, programas de televisão, os guias de restaurantes dentre outros elementos, que tornaram o D.O.M o melhor restaurante do Brasil, e que conseqüentemente, fez você conhecê-lo e estar jantando lá. Concordamos com Latour (2000, p. 70) quando ele diz, “a construção de um fato é um processo tão coletivo que uma pessoa sozinha só constrói sonhos, alegações e sentimentos, mas não fatos”

Uma questão central trazida pelo referencial teórico articulado nesta pesquisa e que necessita maior aprofundamento é a importância da materialidade para a construção dos fatos e artefatos. Quando se reconhece que os objetos também têm peso ontológico, isto traz à tona a discussão sobre o papel dos não humanos na descrição sociológica. Por esta razão, para compreender como os fatos e tecnologias são construídos, é imprescindível descrever o que os atores mobilizam para sua construção. Mol (2002, 2012) apresenta a ideia de que os objetos podem ser entendidos a partir de sua manipulação prática. Com esse novo conjunto de sensibilidades para perceber a materialidade, muda-se o olhar sobre os objetos e surge um novo tipo de agência no curso da ação. Isto implica numa mudança na forma em que o conhecimento é percebido, o

qual deixa de ser uma questão de referência e passa a ser de prática. Sendo assim, tais objetos passam a existir e desaparecer de acordo com as práticas em que são manipulados. O argumento central é de que a ontologia não é está na ordem das coisas, mas estas são trazidas à existência a partir de práticas sociomateriais. Deste modo, a realidade ganha existência a partir das práticas, assim como já mencionamos no começo deste capítulo. Portanto, pode-se construir uma narrativa dinâmica sobre os objetos colocando em evidência seus contextos, corpos, e relações.

Mol (2002), ao analisar a aterosclerose a partir de uma etnografia num hospital na Holanda, observou os diferentes momentos onde a doença era feita: nas consultas médicas; com os técnicos no laboratório vascular; e colóquios médicos sobre aterosclerose. Através desta análise situada, Mol demonstra como a doença vai ganhando existência através das performances dos diferentes atores envolvidos. Isto faz com que a doença ganhe múltiplas versões, o que depende diretamente de onde ela está situada. É somente a partir da percepção dos elementos que os atores mobilizam durante as práticas é que a categoria aterosclerose “surge”, ou seja, através da coordenação relacional entre os sujeitos e objetos da prática (vasos, artérias, corpos, dores e assim por diante). Sendo assim, as práticas possibilitam uma multiplicidade de configurações e sentidos as entidades materiais.

Especialmente nos estudos de tradição da ANT, a noção de não-humano traz consigo diferentes entidades que estão ativas durante o curso das ações e que também podem ser compreendidos como atores, ou actantes. Isso foi chamado pela TAR de princípio de simetria generalizada, ou seja, as forças entre o que é humano e não humano devem ser colocadas em equilíbrio na análise das associações.

Uma das contribuições propostas pela TAR, consiste em chamar a atenção para a fragilidade das análises em que os não-humanos são comumente tratados como intermediários. Isso significa que sua presença na ação não está relacionada com sua capacidade de influenciar no curso da ação. Este tratamento sociológico com relação a materialidade não considera que o uso de um objeto pode alterar completamente a forma dos acontecimentos (LATOURET, 2000). Seguindo esta crítica, um de nossos objetivos ao longo desta tese, é colocar em evidência o importante papel de mediadores na gastronomia como os menus, manifestos, ingredientes e estrelas que são importantes atores que traduzem o universo de nossa pesquisa. Outro importante ator não humano que possui centralidade explicativa para a nossa análise é a internet, que apresentaremos como um

dos ingredientes para a construção desta versão da gastronomia sustentável, e que dedicaremos um capítulo exclusivo para apresentar nossa linha argumentativa. O que queremos elucidar com isso é que os celulares, tablets, computadores, aplicativos e as infraestruturas online são importantes atores dentro destas redes que trazem a existência o fenômeno que estudamos na gastronomia. Incluir a dimensão online na condução de um campo de pesquisa não foi uma escolha metodológica; foi um direcionamento dado pelos próprios chefs estudados. O uso destas ferramentas como uma interface com seus públicos, como forma de expressão culinária e de conquista de paladares foi uma constatação importante entre os chefs estudados. Isso dá uma dimensão para as redes que se ampliam através de conexões online. O uso de tecnologias digitais em torno da comida é um fenômeno relativamente recente e pouco estudado, mas que é algo presente no cotidiano dos chefs/ restaurantes e por isso deve fazer parte da análise.

### 1.3 - ATORES E REDES NA GASTRONOMIA

Dentro das diferentes abordagens teóricas da STS, a ANT destaca-se como uma das principais, e consiste em uma de nossas escolhas teórico-metodológicas. Consideramos que a ANT oferece um quadro de referência que auxilia na análise do problema de pesquisa. A ANT será apresentada enquanto um conjunto de orientações metodológicas que buscam pensar a ciência, tecnologia e sociedade de uma forma diferente. Estes estudos contribuem para nosso problema de pesquisa, pois colocam em evidência a importância de que os conhecimentos são produzidos localmente e historicamente, ou seja, o que é importante notar é que, apesar das formas semelhantes de se cozinhar, tais práticas são produzidas a partir de um modo específico em algum lugar.

Um dos conceitos caros propostos pela ANT é noção de rede, que nos permite analisar a disposição dos atores e os efeitos produzidos a partir deles. Isto significa que embora o conhecimento seja produzido em algum lugar específico, as redes podem alcançar outros espaços através de conexões, fazendo com que determinados atores possuam maior agência do que outros na extensão das redes (LATOUR, 1997). A noção de rede não deve ser compreendida como uma infraestrutura que delimita formas de pontos conectados, como uma via expressa, por exemplo. O conceito de rede visa dar conta de mostrar de uma maneira dinâmica o que vai sendo tecido através de inúmeras associações entre diferentes

atores, que se formam e deformam de maneira imprevisível. Deste modo para a ANT, não existe essência entre as associações de humanos e não humanos, ao contrário, as relações são emergentes e podem, por contingência, se manter.

Este debate é relevante para pensar as noções de global e local. Segundo a TAR, não existe um global que age sobre o local e vice versa. Pensar essas relações entre micro e macro há que se levar em conta a existência de conjuntos com certa estabilidade que criam relações de interdependência através de associações com objetivos de ação comum na qual localizadores e plug ins (Latour, 2000) colocam estes atores partilhando tempos e lugares distintos. A ideia de plug in é emprestada por Latour do campo da informática, para referir-se a um conjunto de informações que acrescentam determinadas funcionalidades a um programa. Estas informações plugadas na cena carregam consigo algo exterior e ampliam a função localizada. Assim, os plug ins, proporcionam a circulação entre entidades pelas dimensões local e global operando como veículos condutores. Independentemente da reivindicação de uma culinária local, existem uma série de outros atores e dinâmicas agindo sobre este local em que a própria noção de local não pode se sustentar por si só.

A ideia de local na gastronomia origina-se da necessidade de espacializar a origem dos ingredientes para a produção culinária. Essa é uma noção relevante para nossa análise, por que ela sintetiza uma série de atributos que auxiliam os chefs a comunicar o seu estilo de cozinhar. Entretanto, queremos chamar a atenção para algumas fragilidades deste conceito quando se utiliza a noção de rede. Um exemplo que traduz esta fragilidade consiste na própria formação culinária dos chefs. Ao analisar a biografia dos chefs que estudamos, percebemos que suas trajetórias culinárias transitam por outras escolas gastronômicas antes de abrirem seus próprios restaurantes. Rene Redzepi por exemplo, antes de abrir o Noma, passou por restaurantes estrelados como Le Jardin des Sens em Montpellier/França, no French Laundry na Califórnia/EUA, até chegar no El Bulli de Ferran Adrià na Espanha. Todas essas influências culinárias auxiliaram o chef a criar algo único no seu restaurante, mas que dialoga com uma série de outros elementos que se interconectam com outros tempos e espaços. Portanto, vale a pena ressaltar que quando utilizamos a categoria de local nesta tese, estamos nos referindo exclusivamente a um conceito amplamente utilizado pelos atores que estudamos e que atua como um marcador que reforça a ideia de cozinhar olhando para o que está ativo no entorno do restaurante.

Em seu livro *Reagregando o Social*, o objetivo de Latour (2012) é de redefinir a noção de social a partir de uma nova configuração do seu significado tradicional, possibilitando que o termo possa rastrear as conexões dos elementos que se agregam para compor o social. A ideia é romper com uma definição que possibilita uma “explicação social” estável e que nada diz sobre a natureza do que se agregou, apresentando, ao invés disso, o movimento que ocorre durante o processo de agregação entre elementos heterogêneos que compõem a sociedade, isto é, pessoas, técnicas e materiais. Sendo assim, duas abordagens na sociologia têm coexistido. A primeira, a sociologia do social, assume a existência de um contexto social, que opera como uma esfera específica dentro da realidade e é usualmente tomada como um domínio onde outros aspectos não sociais se desenrolam. Este mecanismo tornou-se senso comum, de modo que segue como um padrão de referência para caracterizar elementos estabilizados, por exemplo: ordem social, fatores sociais, aspectos sociais, práticas sociais, dimensão social, etc. Já a segunda abordagem, refere-se a uma sociologia das associações que rompe com o pressuposto básico da primeira. Para Latour (2012, p. 21) “não existe nenhuma dimensão social, nenhum “contexto social”, nenhuma esfera distinta da realidade a que se possa atribuir o rótulo social ou “sociedade”; ao contrário, a “sociedade não representa o contexto “no qual” tudo se enquadra, deveria antes ser vista como um dos muitos elementos de ligação que circulam por estreitos canais” (LATOUR, 2012, p. 22). Deste modo a tarefa empreendida pela sociologia passa a ser a busca da (re) associação e o tipo de conexão que existe entre elas.

O percurso apontado por tais autores reside no seguinte: para explicar um objeto científico é necessário entender e questionar o processo de construção dos fatos. Isso implica na ideia de que o contexto social não pode explicar tais fatos, mas sim, é o que deve ser explicado. Para Latour (2000) *Sociedade e Natureza* não representam o contexto onde os objetos existem. Ao invés disso, *Sociedade e Natureza* são definidas por uma rede de atores humanos e não-humanos “associados”, compondo uma rede heterogênea. Isto quer dizer que não existem dois mundos distintos, de um lado o dos homens e de outro o da natureza. Tanto a natureza quanto a sociedade devem ser entendidas a partir de um mesmo quadro interpretativo.

Para o pesquisador da ANT o social não representa mais um termo que transmite um estado de estabilidade aos fatos capaz de dar uma explicação social (LATOUR, 2012), mas o termo propõe uma redefinição do social mediante a natureza e especificidades de cada associação. A

ideia de coletivo representa uma maneira mais adequada ao projeto de agrupar os elementos que não eram considerados como sociais. Estas associações ocorrem através do estabelecimento de redes que são compostas por atores humanos e não-humanos, ou seja, o que é colocado em evidência na análise considera a importante presença de objetos e artefatos que passam a ter um papel na descrição sociológica. A ideia de simetria se aplica igualmente nesta divisão de humano e não-humano, na medida em que se reconhece que devemos estudá-los simultaneamente.

Para Law (1992, p. 2) as redes são um processo de “engenharia heterogênea” onde muitos são os elementos (técnicos, sociais, textuais) que estão em conexão, sendo “traduzidos” em produtos científicos heterogêneos delineando toda a vida social. Para o autor é “este é o movimento crucial feito pelos autores da teoria ator-rede: a sugestão de que o social não é nada mais do que redes de materiais heterogêneos”. A TAR permite que o pesquisador acompanhe a fabricação dos fatos, através da análise das relações entre pessoas e a materialidade nas práticas cotidianas, analisando como estas relações produzem efeitos. As certezas que sustentam um fato são diretamente dependentes daqueles que o movimentam, ou seja, humanos e não-humanos interligados. A partir da ideia de que os não-humanos fazem parte do curso da ação, um conceito importante para analisar como isto acontece é através da “tradução”. A tradução representa a interpretação dos fatos feita pelos seus criadores e as redes que estes mobilizam. A noção de tradução permite que alegações sejam transformadas em fatos, implicando a criação de elos entre pessoas, coisas, discursos, lugares, que até então não existiam e que se constituem em algo novo, transformando os elementos imbricados neste processo associativo. Callon (1986) ao trazer o exemplo do veículo elétrico na França - o EDF (*Electricité de France*) - demonstra que, paralelamente a apresentação da proposta do veículo, foi apresentada um plano que determinava uma série de características que o EDF desejava promover, ou seja, um universo social que determinava a forma que o veículo iria funcionar, e isso não incluía somente a produção do veículo, mas também a construção de uma infraestrutura para garantir que o veículo pudesse circular.

Trazendo estas concepções para o nosso campo empírico, apresentaremos como isso acontece na prática utilizando os manifestos como mediadores. Os manifestos têm se tornado cada vez mais populares entre os movimentos políticos ligados a comida entre os chefs. Eles funcionam como contratos sociais que expressam os interesses comum e criam conexões entre os atores. Eles delimitam as formas de agir no

mundo dos atores envolvidos e expressam um universo consigo. No Brasil, o Instituto Atá (que significa fogo em Guarani) é um importante ator para promoção da comida sustentável. Ele é constituído por um grupo de diferentes profissionais experts em comida: chefs, ambientalistas, antropólogos, jornalistas e empresários. Recentemente, a chef e nutricionista Bela Gil, ativista por uma “culinária natural”, também filiou-se ao instituto. No seu website eles se identificam como um grupo que reivindica que “a cozinha é o lugar de possibilidade de conhecimento dos ingredientes e o papel do chef é compreender sua origem, conhecer quem o produz, fazendo parte de forma ativa nesta cadeia”. Os objetivos do instituto consistem em promover iniciativas que estimulam a produção de ingredientes utilizados na culinária indígena da Amazônia como por exemplo, a pimenta Baniwa e cogumelos Yanomami, além de estimular outras cadeias agroalimentares de produtos étnicos. Além do manifesto publicado em português, existe também uma versão em Guarani. O website utiliza elementos da cosmologia Baniwa para se apresentar aos visitantes, utilizando recursos como: textos em Guarani, fotografias dos índios e do bioma Amazônico, além de um vídeo institucional que conta a história da relação entre o instituto, Alex Atála e a comunidade Baniwa.

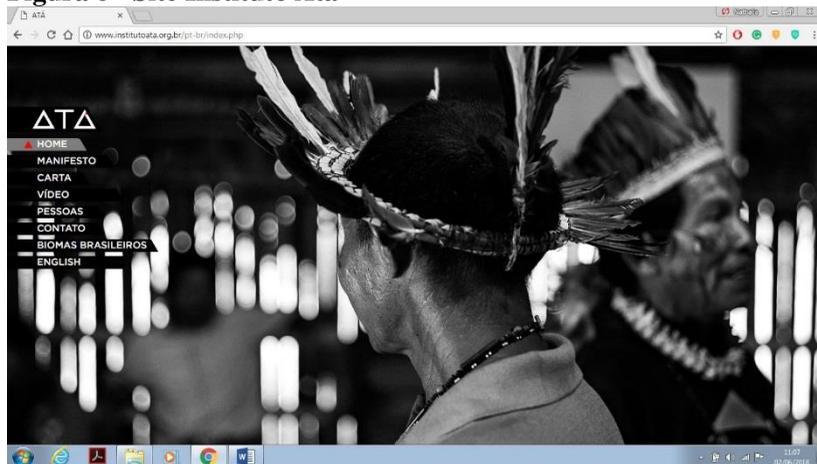
Vamos analisar o seguinte trecho do seu manifesto:

A relação do homem com o alimento precisa ser revista. Precisamos aproximar o saber do comer, o comer do cozinhar, o cozinhar do produzir, o produzir da natureza; agir em toda a cadeia de valor com o propósito de fortalecer os territórios a partir de sua biodiversidade, agrobiodiversidade e sociodiversidade, para garantir alimento bom para todos e para o ambiente (INSTITUTO ATÁ, 2018).

O pequeno excerto do manifesto ilustra uma série de elementos (humanos e não-humanos) que contextualizam este universo que o Instituto busca promover. Sendo assim a natureza, os territórios, etnias indígenas a agrobiodiversidade se tornam atores associados para expressar uma forma de agir que assegura um bom alimento para todos e para o ambiente. As práticas de comer, cozinhar e produzir alimentos também entram em cena pois precisam ser revistas. Neste pequeno trecho, muitos elementos podem ser destacados, pois eles moldam a forma que o Instituto busca promover seus objetivos, modificando a forma como alimento é compreendida pelas pessoas. As associações entre os diferentes atores, conectam redes distintas em prol de uma ação comum.

A afiliação de Bela Gil ao instituto expande a rede pois traz consigo igualmente outras redes em que a chef é o elo central. É interessante notar que com a utilização de fotos, grafismos e textos da cultura Baniwa, o instituto aproxima-se de racionalidades indígenas que possuem formas muito distintas de se alimentar, que se construídas intimamente ligadas a natureza. Isso rompe com a ideia ocidental de alimentação altamente industrializada e cria um novo olhar sobre os ingredientes e suas origens.

**Figura 6 - Site Instituto Atá**



Fonte: Website do Instituto ATÁ. Acesso em 12 de janeiro de 2018.

Em 2011, durante o festival Mistura, o maior evento de gastronomia na América Latina realizado no Peru, reuniu-se o grupo de chefs G-11, o mesmo grupo de seletos chefs já citados na introdução e que Alex Atála, fundador do Instituto ATA, também participa. A cúpula de cozinheiros reuniu-se para emitir um documento denominado Declaração de Lima. Esta declaração foi uma carta aberta endereçada aos cozinheiros do futuro, cujo objetivo é inspirar os jovens a partir do estabelecimento de um claro papel do cozinheiro, envolvendo o comprometimento com uma agricultura sustentável, suas relações com a natureza, a ética e o desenvolvimento social.

O trabalho de vocês depende dos frutos da natureza. Assim vocês são responsáveis por defendê-la, usando sua cozinha e sua voz como instrumento de recuperação e promoção de

determinadas variedades e espécies. Com esse alinhamento, espera-se que novos cozinheiros promovam e pratiquem, com a terra e a cozinha, um sistema de produção sustentável (TRECHO DA DECLARAÇÃO DE LIMA, 2011).

Nos dois manifestos, podemos observar que a noção de natureza passa ser um elemento ativo nesta versão de gastronomia sustentável. Os chefs passam a ter uma obrigação moral de utilizar os recursos naturais a partir de racionalidade sustentável, pois para eles, a natureza é o lugar de onde os ingredientes provém. Assim a natureza passa a ser performada pelo chefs através da sua dimensão comestível, criando normatividades sobre como se deve mobiliza-la para reivindicar a sua própria existência. Aqui um tipo de agência engajada com a sustentabilidade é proclamado por um grupo de chefs que possuem enorme influência, não somente dentro do universo gastronômico, mas em outras arenas sociais (e.g. mídias sociais e movimentos sociais) e no mercado alimentar, assim dando forma as redes na gastronomia.

Portanto a ideia de rede torna-se um conceito importante como um ponto de partida para a nossa análise. Com efeito, seguimos os atores através de suas associações e pelas redes em que as conduzem. A partir dela, nós podemos mapear as associações entre os atores presentes no interior da rede de acordo com a proposta de Latour de reagregar o social. Isto implica em reconhecer os arranjos sociotécnicos que se constroem no percurso da rede, como por exemplo, perceber a centralidade natureza, dos ingredientes, dos modos de produção das técnicas culinárias que são elementos não-humanos igualmente importantes para compreender o universo que a gastronomia busca promover. As redes são compostas através da interação de uma série de atores que atuam em conjunto: restaurantes, chefs, críticos gastronômicos, guias de restaurantes, ingredientes, técnicas, receitas, utensílios culinários, nutrientes, modos de produção agrícolas, agricultores, consumidores, movimentos sociais, mídias sociais, *foodies* etc.

Os manifestos acima citados, mostram como estas redes se mobilizam através de diferentes atores na gastronomia. Chefs de diferentes países e tradições culinárias, como o G-11, se reúnem para pensar coletivamente novas formas de cozinhar de maneira mais sustentável. Estas redes não se formam isoladamente. Elas vão se expandindo de acordo com o engajamento dos atores e criando outras sub redes de menor alcance que agem simultaneamente em diferentes lugares. Os institutos e festivais são exemplos de como estas redes vão ganhando

forma e como as associações vão sendo feitas. O festival Mistura no Peru, por exemplo, realizado pela APEGA (Sociedade Peruana de Gastronomia) que existe desde 2008, além do festival, promove outras atividades lideradas por chefs para a promoção da culinária, cadeias agroalimentares e populações tradicionais no país. Em abril de 2018, a APEGA anunciou a parceria com o grupo Nexo e criaram uma franquia do festival sob o nome “Mistura para el mundo”, cujo objetivo é promover versões do festival peruano em outros países. Segundo o grupo “Sabemos que Mistura tendrá un alcance global, y no necesariamente iniciará en la región latinoamericana. Vamos a salir de las reglas típicas del mercado y vamos a buscar una expansión a nivel mundial” (APEGA, 2018)

As descrições de como estas redes se configuram na gastronomia buscam mostrar o dinamismo dos atores em compor redes múltiplas e transnacionais, associando elementos não humanos para performar uma versão específica da gastronomia. Para performar esta versão, os atores mobilizam uma ideia de natureza muito particular, que trataremos na seção a seguir.

#### 1.4 - SABOR DE NATUREZA: NOTAS SOBRE A DIMENSÃO ONTOLÓGICA DOS ALIMENTOS

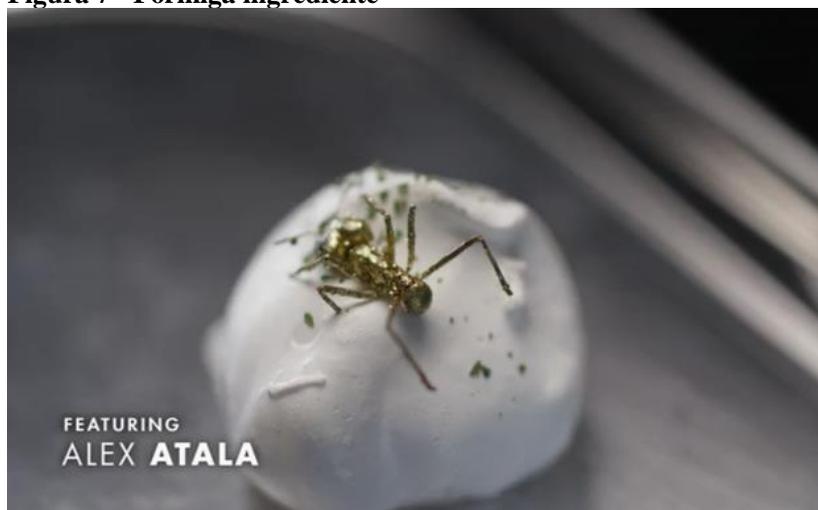
A narrativa desta seção começa com um trecho de um episódio exibido numa famosa série do Netflix, chamada Chef's Table. Queremos com este caso mostrar a ação de dar forma aos alimentos e como os chefs modificam suas ontologias, além de demonstrar como essas versões dos alimentos se difundem. Novamente, o chef Alex Atála, entusiasta de ingredientes indígenas, fala sobre uma de suas visitas inspiracionais na Amazônia. Ele diz:

Alguns anos atrás, fui ao Amazonas e fui apresentado a melhor cozinheira em uma pequena aldeia, uma mulher indígena chamada Senhora Bazi. E ela fez um molho escuro com muitas formigas dentro. Ela me deu e eu disse "Uau, muitas formigas". Mas eu estava (ele fazia expressões desconfortáveis sobre o gosto do prato). Então peguei a colher, e eu simplesmente peguei o molho escuro. Experimentei o molho escuro e era lindo. Um lindo aroma de gengibre e citrino. E eu sei que no Amazonas não temos cidreira e gengibre. Então pergunto à Sra. Barzi: "Que tipo de

erva você colocou dentro?" E ela disse, formigas. Eu disse, ok, eu posso ver as formigas. Mas há uma erva. E ela disse formigas. E eu repeti a pergunta e ela disse: Pare. Prove as formigas. Experimentei as formigas, e o aroma do gengibre e cidreira foi muito forte. Uau, explodiu na minha boca, e eu disse, uau, isso é algo novo. Alex Atála (GELB, 2016).

A próxima cena, mostra a formiga, envolta por uma cobertura dourada no topo de um novo prato servido em D.O.M, 16° na lista *50 world's best restaurants*.

**Figura 7 - Formiga ingrediente**



Fonte: (GELB, 2016).

Esta é uma história sobre como uma formiga da Amazônia se tornou um ingrediente num restaurante em São Paulo. Gostaríamos de mostrar como práticas culinárias mobilizam os ingredientes, mostram suas trajetórias e como novas cadeias alimentares são criadas. Nós trouxemos propositalmente o exemplo mais extremo da formiga, porque gostaríamos de ressaltar a multiplicidade de ontologias neste caso ao contrastar a ideia de formiga como inseto e formiga como ingrediente. Vários significados estavam presentes nesta narrativa. Em primeiro lugar, era um molho escuro, depois tornou-se muitas formigas, depois de

gingibre e capim cidreira e por último, mas não menos importante, algo novo, um novo ingrediente.

Seguindo a formiga, um elemento a destacar são os atos de valorização (MOL, 2013) para esta prática alimentar. Comer insetos, conhecido como Entomofagia, é uma prática antiga entre grupos étnicos indígenas, mas na gastronomia ocidental ainda está relacionado a um hábito primitivo e exótico. Então, quando o conselho de um chef importante diz que comer formigas é bom, o valor negativo desta prática é removido, e temos uma nova norma: coma formigas. Atála apresenta a formiga no restaurante e no seriado a performando como “boa comida”. Esta lógica não é aplicada apenas no caso da formiga, mas também em muitos outros ingredientes, exóticos ou não, como mostraremos ao longo do capítulo 3.

Alguns conceitos propostos por Mol (2002; 2010; 2012) e Latour (2012) são fundamentais para compreender o tipo de análise que estamos interessados em realizar. Estes autores, através de um interesse renovado pelo problema ontológico dentro da Teoria Social, chamam a atenção, como já falamos anteriormente, para um rompimento com concepções epistemológicas e perspectivismos que assumem a existência de uma única realidade. Ao invés disso, a proposta é um exercício de filosofia empírica, no qual se reconhece que são as práticas e eventos que trazem à existência ontologias múltiplas.

Não buscaremos aqui apresentar “perspectivalismos” sobre os ingredientes e sobre a gastronomia, pois, tal condição, somente reforça a divisão e demarcação das perspectivas dos atores e não representa o objeto enquanto ele mesmo. Para cumprir este objetivo é necessário colocar as praticidades, materialidades e os eventos em primeiro plano ao invés de somente delinear as falas que são construídas em diferentes lugares sobre os objetos. Seguindo estes conceitos, pretendemos apresentar a gastronomia enquanto um objeto que se constrói através de práticas, eventos e discursos. Estas praticidades são “performadas” por uma série de atores (humanos e não humanos) que mobilizam práticas de acordo com objetivos, interesses e tensões. Mol igualmente utiliza o conceito *enactment* para se referir ao momento em que o objeto está sendo “feito”.

A fabricação desta versão da gastronomia sustentável se dá a partir das práticas dos chefs e da combinação de elementos que estão ativos durante sua ação. Isso implica que, a análise parte do objetivo de colocar em evidência quais são as práticas sociomateriais que configuram nosso objeto, discutindo como ela se constitui e quais são as entidades

mobilizadas pelos atores. Para isso, é necessário pensar as transformações históricas no universo gastronômico, ou seja, nas cozinhas, nas técnicas, nos ingredientes, nos restaurantes, nas receitas, no mercado globalizado, e, principalmente, nas relações entre quem produz e quem consome. Mol (2002), chama isto de Praxiografia, ou em outras palavras, a história destas práticas, como mostraremos ao longo da tese.

A gastronomia propõe um conjunto racional de práticas que definem sua natureza. Por trás do prato, existe uma série de relações que devem ser postas em evidência para comunicar o que ela propõe. Inúmeros eventos ocorrem para que se possa desfrutar desta refeição. Para “fazer” a gastronomia, conhecimentos são selecionados e mobilizados pelos atores - que estão ativos enquanto ela está sendo praticada - e que a fabricam através da reunião, montagem e transformação deste objeto, e que se configura e sai para o mundo por si próprio (MOL, 2002).

Isto, obviamente, está presente nas inúmeras *cuisines*, porém, o que se busca aqui é caracterizar e demarcar os elementos relacionados a sustentabilidade que trazem à existência um tipo específico de gastronomia. Neste âmbito, os chefs realizam uma série de agenciamentos ao longo da cadeia alimentar através das práticas que podem estar relacionadas a escolhas políticas e mercadológicas, que buscam se dissociar do atual *establishment* da indústria alimentar. Algumas informações são selecionadas e normatividades são criadas para orientar as práticas, como por exemplo: sobre a presença/ausência de agrotóxicos que o alimento carrega; a biografia do ingrediente; regulamentações e padrões de qualidades envolvidos na escolha destes ingredientes; técnicas culinárias que potencializam os ingredientes (textura, aromas); as informações nutricionais; novas institucionalidades no mercado alimentar; diminuição do desperdício alimentar; etc. Deste modo, para compreender como estes atores contextualizam tal universo, buscamos identificar quais as práticas sociomateriais cotidianas os chefs e restaurantes valorizam e quais eles excluem. Devemos ressaltar que nosso interesse consiste em estudar tipos específicos de chefs cuja proposta gastronômica está claramente relacionada a estratégias de sustentabilidade e como eles performam tais práticas. Outro esclarecimento igualmente importante, diz respeito a ideia de que muitas vezes o chef não é o proprietário do restaurante, ele é apenas tem o controle da cozinha, sendo que as demais funções são delegadas ao dono, que neste campo é chamado de *restaurateur*. Muitos são os elementos que podem ser colocados em evidência, diante da proposta descritiva. Sendo assim, os eventos sobre os que buscamos refletir são fabricados por

pessoas, coisas e palavras. A cozinha, panelas, ingredientes, menus e o sistema alimentar fazem parte da complexa trama de atores que não podem ser deixados de lado para pensar este objeto.

Desde meados do século XX, houve uma proliferação de discursos e argumentos científicos nas dietas sobre o que são consideradas “boas escolhas” alimentares, e que tem influenciado hábitos de consumo e a reflexividade sobre o que está se comendo. Mol (2012) argumenta que o que pode ser considerado como técnicas para uma “dieta ideal” se constroem de diferentes modos, a partir da mobilização de diferentes tradições científicas. Isto não necessariamente implica que estes argumentos estão em disputa, pois cada um se constrói a sua própria maneira, não constituindo diferentes representações de somente uma realidade. Ao contrário, cada um chama atenção para a sua realidade própria. Deste modo, um alimento que é considerado relevante para certa dieta, pode não ser para outra. Ao mesmo tempo o corpo que é submetido a um controle racional, reage de diferentes modos a diferentes dietas (MOL, 2012).

Um dos tipos de aconselhamento nutricional parte de uma concepção de que o corpo relaciona-se com os alimentos de uma forma calculista, utilizando marcadores quantitativos como as calorias e os nutrientes, por exemplo (MOL, 2012). Sendo assim, a quantidade ideal de calorias ingeridas diariamente pode configurar uma forma de se ter boas escolhas alimentares. Entretanto, esta é somente uma das formas de relacionar-se com os alimentos, e, mesmo dentro da área dos profissionais da medicina e nutrição, isto não é um consenso. Por outro lado, os alimentos podem ser entendidos como uma fonte de prazer. Na gastronomia o prazer à mesa possibilitado pelo que em diversas versões se entende por “boa comida e bebida” é um argumento central. A comida pode despertar afetividades e sentimentos proporcionando prazer, e que não podem ser calculados em níveis que configuram “boas escolhas” alimentares. Assim, Mol (2012) discute que a coexistência de diferentes práticas, a exemplo do prazer e o nutricional, que criam “ontonormas” ou variações ontológicas dos alimentos:

As I explore Dutch dieting, my concern is with such questions. This does not imply that I will use pre-given normative standards to cast normative judgements. The art is rather in analysing the norms embedded in practices while interfering in them through adding a novel, oblique analysis. This, then, is my question. What are goods and

badly relevant to different ways of enacting food, and of affording food with particular possibilities to act? What becomes of bodies in Dutch dieting; how are they being valued; and what about their own, bodily, engagements in valuing? In order to stress that my concern is with ontologies as well as normativities, I will experiment with a novel word here: *ontonyms* (MOL, 2012, p. 3).

Diferentes disciplinas, como a nutrição, por exemplo, estabelecem diferentes versões de alimentos, como calorias (MOL, 2015) ou saudáveis (DAVID, 2016), e também a gastronomia tem diferentes maneiras de produzir alimentos. Nossa preocupação era observar os chefs que estavam envolvidos com práticas de sustentabilidade de alguma forma e como isso afetou seu capital culinário.

Nos Estados Unidos, o chef Dan Barber, num de seus restaurantes situado em Stone Barns (fazenda que fornece os ingredientes frescos) criou um prato chamado Risoto de Rotação. A inspiração para este prato surgiu quando o chef começou a cozinhar com farinha de “farro”<sup>7</sup> cultivada por um agricultor local. Barber explicou que quando ele visitou uma fazenda ele teve uma epifania. O fazendeiro mostrou em detalhes o complexo processo de produção e as culturas que preparam o solo para cultivar o trigo. Havia painço, aveia, cevada, trigo sarraceno, mostarda e feijão. Todas essas culturas tiveram funções muito específicas no solo: o feijão deu nitrogênio; A cevada ajuda a construir a estrutura do solo; as plantas de mostarda purificam o solo para evitar doenças. Toda cultura foi plantada em sequência ao longo das estações, gerando uma rotação que ajudou a saúde do solo, mas também deu ao trigo o seu sabor extraordinário. Dan Barber criou um prato chamado Risoto de Rotação, que é a metáfora de comer toda a fazenda.

Esta biografia do ingrediente narrado por Barber, que atualmente ocupa a 11ª posição no *50 World's best restaurants*, mostra os ingredientes não apenas no seu sabor e estética, mas os condiciona a outros aspectos da história do ingrediente que não começa no momento de comer, mas em vez disso remete a uma lógica de tempo-espaço que traduz os ciclos da natureza, o trabalho do fazendeiro e a filosofia de um movimento social (farm-to-table), do qual Barber é um dos principais

---

<sup>7</sup> Farro é um tipo de trigo e um dos grãos cultivados e utilizados no Crescente Fértil (Mesopotâmia). Este tipo de trigo é muito popular na Itália e é semelhante ao trigo espelta.

porta-vozes. Como Appadurai (1981) argumentou quando as pessoas convertem uma parte do seu ambiente em alimentos, eles geram um poderoso dispositivo semiótico. Os alimentos na sua forma material e tangível podem criar e reificar muitas dimensões como arranjos tecnológicos, relações de produção e troca, condições de mercado e realidades de abundância e de falta.

Portanto, trazendo o repertório que os chefs mobilizam para organizar e remodelar seu conceito de natureza e comida ao longo da descrição de suas práticas culinárias, implica também reconhecer as relações entre ontologia e política ou, como Mol (1999) chamou, de política ontológica. Nas palavras de Mol:

If the term 'ontology' is combined with that of 'politics' then this suggests that the conditions of possibility are not given. That reality does not precede the mundane practices in which we interact with it, but is rather shaped within these practices. So the term politics works to underline this active mode, this process of shaping, and the fact that its character is both open and contested. (MOL, 1999)

Estas escolhas políticas empreendidas pelos chefs, apontam um caminho que mostra como a gastronomia e sustentabilidade vão sendo articuladas em conjunto. Elas proporcionam não somente experiências gastronômicas únicas dentro dos restaurantes, mas elas indicam uma nova maneira de cozinhar. Na seção seguinte, discutiremos a partir da ideia de política ontológica, como os atores vão definindo normativas que trazem a existência um novo tipo de gastronomia.

#### **1.4.1 - Fabricando ontornomas**

Ferran nos ensinou que, com migalhas de pão ou com a casca do parmesão, é possível transmitir mais emoção do que o caviar. Era uma mensagem importantíssima. Uma mensagem de liberdade (SVATEK, 2016)

A frase acima ilustra claramente uma oposição: migalhas de pão e casca de parmesão versus caviar. Os ingredientes citados nesta frase por dois dos chefs mais renomados do mundo mostra algo muito importante. No primeiro momento, a frase nos remete a características de senso comum sobre os ingredientes que vão do luxo ao lixo. O caviar, luxuoso

ingrediente consumido somente por um pequeno e afortunado grupo de gourmadizes. Já as migalhas e a casca de queijo remetem a parte dos alimentos que não são mais consideradas adequadas para o consumo, e que, normalmente, iriam para o lixo.

Para explorar a ideia de ontônomas empiricamente, vamos começar tratando sobre o desperdício de alimentos. A palavra desperdício está diretamente relacionada a noção de alguma coisa (material, substância ou produto) que foi utilizada de maneira excessiva, exagerada ou esbanjada. Já na língua inglesa, a palavra equivalente é *waste*, e ela também possui o mesmo significado, mas, semanticamente, também pode ser sinônimo de algo que vai para o lixo.

Como Mol (2015) apontou, os alimentos podem ser promulgados de maneiras diferentes, trazendo múltiplas variantes ontológicas, por exemplo, o que é bom ou ruim para comer, comida de rico ou comida de pobre, etc. Apesar dessas dicotomias, esses significados criam normativas que dão forma aos alimentos de diferentes maneiras por diferentes atores, redes e tradições científicas. Aqui, nos interessa perseguir quais elementos animam estas ontônomas incorporadas nas práticas dos chefs quando a regra é “evitar o desperdício”.

O desperdício alimentar é um tema que tem sido tratado frequentemente pelos chefs pois é algo cotidiano na indústria de restaurantes. O desperdício ocorre em diferentes momentos da cadeia: produção, seleção, armazenamento, transporte, preparação e descarte. Atualmente 1/3 do total da comida produzida no mundo é desperdiçada ao longo dessas etapas. A produção de alimentos é também a principal causa dos desmatamentos, extração de recursos hídricos, perda da biodiversidade e um dos fatores que mais contribuí para a emissão de gases de efeito estufa. Estas são informações importantes porque elas também se incorporam nas práticas dos chefs.

Em Copenhague entrevistamos o chef Matt Orlando do restaurante AMASS. Orlando destaca sua abordagem holística em relação a comida no sentido de considerar o meio ambiente e o futuro da indústria dos restaurantes nas suas práticas cotidianas. Suas estratégias consistem na redução da pegada ecológica através de esquemas de certificação, 95% de compras locais e redução de 75% na quantidade de desperdício de alimentos. Além do conjunto de estratégias que conduzem suas práticas, o chef chama atenção para um detalhe: “precisamos parar de usar a frase

“*waste cooking*<sup>8</sup>” ou “*trash cooking*” pois se continuarmos a chamar assim, é assim que continuará sendo”.

De fato o que Orlando está propondo, vai de encontro com a frase com que iniciamos este texto. Quando o conselho de um importante chef diz que migalhas de pão podem transformar-se em comida que transmite emoção, as migalhas de pão ganham uma nova dimensão de atuação que não a de ir para o lixo. O chef, enquanto um especialista, performa os ingredientes de modo que eles possam assumir diferentes formatos e novas maneiras de interação. Neste caso, salvar as migalhas de irem para o lixo transformando-as em algo delicioso, adiciona um valor positivado a esta prática, e temos uma nova norma. Deste modo quando a ontologia consiste em evitar o desperdício, as práticas são reorganizadas com base nestas normatividades, trazendo a existência uma realidade. Orlando ainda vai além, ele diz que devemos parar de classificar esta prática como “*waste cooking*”, pois esta caracterização reforça que aquilo é lixo. Se tratarmos as migalhas de pão como ingrediente, ela perde o valor de “*waste*” e as passa a ser mais um ingrediente.

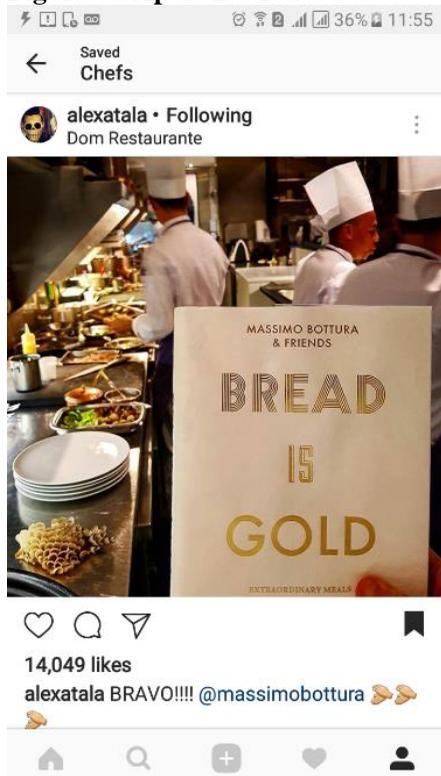
Bottura, recentemente, lançou um livro chamado “*Bread is Gold: extraordinary meals with ordinary ingredients*”. Este livro tem coautoria dos principais chefs da contemporaneidade, que colaboraram para a criação de receitas utilizando como base ingredientes considerados desperdício. Bottura, como bom italiano e apreciador de pão, faz alusão ao título do livro com o pão amanhecido. A ideia de que o pão somente é delicioso quando consumido fresco é transgredida pelos chefs que mostram uma série de receitas que o pão “velho” é a estrela do prato. Então o pão é promulgado como ouro, símbolo para a sociedade ocidental de riqueza e fortuna. Isto é particularmente interessante para mostrar como valores são adicionadas as práticas e como os ingredientes são performados de maneiras muito distintas. O projeto do livro nasceu durante a Expo Milão de 2015, onde Bottura criou um refeitório para desabrigados chamado *Reffetorio Ambrosiano*. Neste refeitório, foram convidados para cozinhar para moradores de rua chefs como Redzépi, Atála, Yoshihiro Narisawa, Ferran e Albert Adrià dentre inúmeros outros, mas estes especificamente já conhecidos nesta tese. A proposta era cozinhar pratos com as sobras de ingredientes vindos da Expo Milão. O projeto virou o documentário Massimo Bottura: o teatro da vida, exibido

---

<sup>8</sup> Optamos por manter os termos originais em inglês pois ambos são amplamente utilizados e reconhecidos no universo da gastronomia. A tradução dos termos está relacionada a prática de cozinhar o que é considerado lixo na cozinha.

no Netflix, e na sequencia se transformou no livro *Bread is Gold*. Este livro foi enviado a um celebre grupo de chefs que veicularam imagens do livro em suas contas de *Instagram*.

**Figura 8 - Apoio nas redes**



Fonte: Instagram Alex Atála. Acesso em 23 de janeiro de 2018.

A história de Bottura com migalhas de pão mostra uma complexa trama de atores, que além das características de rede mobilizada a partir dos chefs, traduzem estas ontologias que vão sendo impulsionadas, ganhando visibilidade através do apoio dos atores em promover sua circulação. É interessante perceber como estes projetos empreendidos por chefs saem de seus restaurantes de origem e ganham outros espaços ampliando o raio de ação. A ideia de que pão dormido pode ser boa

comida transita através de múltiplas redes e com ampla visibilidade midiática.

Esquemas semelhantes foram observados durante as visitas a restaurantes durante o trabalho de campo. Inicialmente vamos explicar como ocorre o processo mais comum de produção de lixo no interior de um restaurante. O sistema de compras de ingredientes acontece mais ou menos assim. Primeiramente, eles são selecionados e adquiridos de acordo com um menu, e os pedidos aos fornecedores são feitos em grandes quantidades, sendo que o seu uso ocorre durante algum período de tempo. No caso dos ingredientes frescos, o prazo de validade é geralmente menor, portanto seu uso é bastante limitado ao risco do alimento estragar. Para prolongar o uso, eles precisam necessariamente ser armazenados em geladeiras, freezers ou câmaras frias. Em seguida, eles precisam ser higienizados, geralmente lavados em água corrente. Após o emprego das técnicas culinárias, eles são descartados em forma de caldos, cascas, sementes e restos. Por último, eles voltam para cozinha como lixo no prato dos clientes para serem lavados. No final de uma noite, muitos quilos de comida e muitos litros de água podem ir diretamente para o lixo. Essa é uma narrativa bastante comum ao se relatar como ocorre a produção de lixo de um restaurante. Entretanto, as dinâmicas internas dos restaurantes se transformam quando uma normativa entra em cena: “evitar” o desperdício.

O primeiro restaurante que pesquisamos na cidade de Florianópolis/SC localizava-se integrado a um espaço múltiplo para a comercialização de alimentos orgânicos e outros produtos certificados. Após visitá-lo regularmente por um período de quase 3 meses, foi possível fazer valiosas observações desde dentro da cozinha do restaurante e entender as práticas para “evitar” o desperdício. Neste processo acompanhamos a rotina do restaurante desde a aquisição dos ingredientes, seu preparo, até o descarte. Algumas peculiaridades nos chamaram a atenção. O restaurante tem como fornecedor principal, a sessão de hortifrúti do Mercado, que por sua vez funciona integrado com os agricultores agroecológicos locais. Diariamente os agricultores fazem suas entregas no mercado de acordo com a sazonalidade e disponibilidade de entrega para aquele dia. O mercado criou uma categorização de seus produtos frescos:

- Produtos A: estão frescos e disponíveis para a venda direta ao consumidor;

- Produtos B: estão disponíveis para venda, porém perderam um pouco do frescor e compõe uma área a preços reduzidos;
- Produtos C: estão aptos para o consumo, entretanto não estão mais frescos para a venda.

O restaurante utiliza como matéria prima para seu cardápio os produtos da categoria C. Os legumes, frutas e verduras da categoria C geralmente estão em perfeitas condições para o consumo imediato e se não utilizados no restaurante naquele dia, devem seguir para o descarte. Deste modo, utilizar o máximo possível dos ingredientes passa a ser a regra geral. A cozinha é dividida em grupos de especialidades como: saladas, lanches, confeitaria, pratos quentes e sucos. A rotina basicamente funciona assim: Jennifer, estudante do curso de Gastronomia, é responsável pela preparação das saladas. Ela chega por volta das 05 horas da manhã e vai ao mercado para verificar quais são os alimentos da categoria C disponíveis para aquele dia. Jennifer percorre o mercado para buscar inspiração e criatividade e assim seleciona quais são os ingredientes poderão compor a sua salada daquele dia. Em seguida, após a seleção dos alimentos, ela faz a higienização e descarte e começa a montagem da receita eleita. Jennifer faz pelo menos dois pratos de saladas com estéticas diferentes para submeter à aprovação do chef. A salada pode ser aprovada ou modificada pelo chef, e após este processo ela costuma criar variações veganas e sem glúten, de acordo com as possíveis restrições alimentares dos clientes.

O chef elabora um menu semanal, onde ele define os pratos principais que serão servidos, entretanto, como não se sabe quais ingredientes frescos serão disponibilizados pelo mercado, o cardápio sempre está aberto a modificações. Por exemplo, definiu-se que segunda-feira o prato principal do menu será um risoto, mas seus ingredientes podem variar de acordo com a oferta de ingredientes frescos do mercado naquele dia. Já as sobras de comida e todo resíduo orgânico produzido não somente pelo restaurante, mas também pelo mercado, é recolhido no dia seguinte pelos agricultores no momento das entregas e o resíduo é reutilizado em suas propriedades como fertilizantes para solo.

Num dos episódios que presenciamos, chegaram no restaurante algumas caixas de morangos que estavam prestes a estragar. O chef rapidamente orientou alguns de seus estagiários que fizessem uma “redução” dos morangos. Na gastronomia, a técnica de redução significa diminuir algum ingrediente pela fervura ou quantidade de líquido, transformando num molho de textura cremosa e sabor reforçado. A

redução dos morangos foi armazenada em grandes bisnagas e passaram a ser utilizadas como cobertura para finalizar sobremesas.

Alguns apontamentos valiosos podem ser feitos na breve descrição das práticas deste restaurante para mostrar nosso argumento de uma versão da gastronomia sustentável. Entretanto, nos retomaremos esta tarefa durante o capítulo 3. Neste momento, queremos destacar a série de normas que emergem neste caso para evitar o desperdício. Se compararmos a descrição das etapas de produção de lixo de um restaurante que não tem como regra “evitar” o desperdício com a rotina empreendida pelo restaurante Lila, veremos que dinâmicas são muito diferentes.

Resgatar ingredientes que iriam para o lixo exige diferentes estratégias que um restaurante que não tem esta regra. É importante esclarecer que este exemplo é paradigmático, pois este é um restaurante que construiu sua proposta gastronômica tendo como pré-requisito utilizar parte dos ingredientes que seriam desperdiçados no mercado, mas isso não significa que a compra de outros ingredientes fosse dispensada. Ao contrário de outros restaurantes que visitamos na Holanda, como *Guerilla Kitchen* ou Instock, onde a proposta era cozinhar exclusivamente através do “resgate de ingredientes do desperdício”, a proposta do Lila em mobilizar estes elementos na constituição de sua cozinha não era central na sua identidade culinária. Apesar da construção de uma rede de ingredientes inovadora e uma série de práticas para lidar com materiais de curto prazo de vida útil, o Lila não reivindicava a característica do resgate para si.

Pois bem, analisando mais de perto, algumas características emergem na forma em que os ingredientes são manipulados na prática. Num primeiro momento, vale destacar a dimensão ontológica que o Lila promulgava de seus ingredientes. A luz da constatação de Orlando, o Lila não tratava os seus ingredientes como desperdício, eles tratavam como ingredientes ordinários. Portanto, não carregavam o significado de “lixo”. Essa é uma normatividade importante para selecionar o que é considerado ingrediente ou não. Vamos dar um exemplo. Certo dia, participamos de um workshop promovido pelo restaurante para tratar de plantas medicinais com um convidado especialista no tema. Durante o intervalo, o restaurante ofereceu um pequeno lanche para os participantes. O menu era composto por alguns quitutes, mas, particularmente, dois pratos chamaram nossa atenção pelo ingrediente de base: casca de banana. O primeiro era um delicioso pão que pouco lembrava o sabor de banana, e o segundo era uma caponata a base da casca cuja função era colocar no

topo do pão e que nada perdia para a original feita com berinjela. Esse exemplo ilustra que a casca da banana, de lixo, passou a ser ingrediente principal na base de duas receitas altamente saborosas, modificando a ontologia do ingrediente e criando uma nova norma para cozinhar e comer: casca de banana não é lixo, casca de banana é comestível.

Estas normatividades que descrevemos, situam-se num nível de inovação na gastronomia que tem ganhado bastante destaque, sobretudo nas mídias. A chef e nutricionista Bela Gil, por exemplo, é um dos nomes no Brasil a trazer estas ideias para seu programa culinário num canal de televisão a cabo no país. A dinâmica no programa, que consiste em cozinhar para celebridades, traz a ideia de um tipo de cozinha muito particular, que dentre suas atribuições, utiliza cascas, sementes e caldos que seriam descartados para compor o prato de celebridades nacionais. Isso é emblemático, pois assim como Bottura fez ao convidar chefs celebridades para cozinhar com o pão dormido, Bela Gil cozinha esses ingredientes que tem status de “lixo” para que grandes nomes da televisão brasileira consumam e aprovelem seu sabor. Isso legitima essas normas com o aval das celebridades e fazem com que elas passem a circular fora da cozinha destes chefs e viajem para outros lugares e restaurantes. Esta relação de consumo mediada por celebridades também fora estudada por outros autores como Richey, Ponte (2008, 2011) que reconhecem o papel das celebridades em manifestar valores sociais em diversos contextos de ajuda estimulando o consumo ético ou que chamaram de “*causumerism*”<sup>9</sup>. Os autores argumentam que as celebridades desempenham um papel de simplificar complexos sistemas por trás das causas sociais, econômicas e ambientais que nem sempre são eficazes, mas que modificam os limites do consumo em três aspectos: consumo consciente num nível de informações sobre o objeto consumido; consumo de compaixão, pois eles gerenciam os afetos entre o consumidor e a motivação do consumo; e por fim eles chamam atenção para um produto e um modo de produção (e.g. consumir produtos orgânicos elucida um processo produtivo complexo).

Nossa abordagem teórica propõe analisar as práticas dos chefs através de “ontonormas”, ou seja, através de normatividades que produzem ontologias. Esse recurso metodológico nos permitiu pensar o caso do desperdício de uma maneira que revela que tipo de matéria constitui os alimentos que estudamos e como as materialidades são performadas ganhando diferentes formatos. Assim como Mol (2012) afirma a arte é antes analisar as normas incorporadas nas práticas,

---

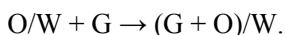
<sup>9</sup> O conceito busca elucidar um tipo de consumo relacionado a causas sociais.

interferindo nelas através da adição de uma análise nova e oblíqua. O que guiou nosso olhar foi perceber as formas que os ingredientes assumem em configurações diferentes, que podem muitas vezes ser ambivalentes (como o caso do ingrediente x lixo), mas que só ganham sentido quando manipuladas na prática.

### **1.4.2 - Gastronomia e ciência: entre a cozinha e *foodlabs***

O surgimento dos *foodlabs* é um fenômeno recente e que tem se intensificado nos últimos anos. Como o próprio nome já diz, a ideia é combinar cozinha e laboratório num espaço de pesquisa para experimentos culinários envolvendo igualmente práticas científicas. A ideia do chef enquanto cientista que tem a capacidade de explorar os ingredientes, técnicas e utensílios não é algo novo dentro da gastronomia. Talvez o primeiro autor que chamou atenção para essa interface, pensando a gastronomia enquanto um campo científico tenha sido a Jean-Anthelme Brillat-Savarin no seu livro “Fisiologia do Gosto” em 1825. Brillat-Savarin foi pioneiro ao racionalizar o conhecimento gastronômico ao inclui-lo no projeto iluminista francês no século XIX. Para este autor, a gastronomia da época era então um campo que se ocupava em conectar “*the reasoned comprehension of everything connected with the nourishment of man*” (BRILLAT-SAVARIN, 1970, p. 52).

No século seguinte, já no início da década de 1980, um novo marco na fusão entre ciência e gastronomia se constituiu através das experiências sistematizadas do químico francês Hervé This e o físico Nicholas Kurti. Em seu projeto ambicioso, eles inauguram um campo chamado “gastronomia molecular”. De acordo com Solier (2010) o projeto da gastronomia molecular era de analisar a culinária dentro do laboratório implementando métodos científicos, cujo objetivo foi criar verdades culinárias universais justificadas pelo papel da ciência de alterar o patamar da culinária da tradição para a modernidade. Assim, o projeto dos cientistas era analisar as “precisões”, ou seja, desmistificar os enunciados tradicionais dos livros de receitas, de modo a testá-los chegando ao fim apenas com verdades culinárias cientificamente comprovadas criando uma linguagem culinária científica e universal, como por exemplo, a criação de um fórmula química para o chantili:



Ferran Adrià foi o expoente da gastronomia molecular. Seu restaurante *el Bulli* localizado na Catalunha/Espanha, e que fechou em 2011, foi o precursor deste estilo, e também foi o local de início das carreiras de nomes como René Redzepi, Máximo Bottura, Andoni Aduriz e Alex Atáala, chefs cujo nome já mencionamos algumas vezes neste trabalho. Entretanto, ao invés de criar fórmulas precisas e criar verdades universais, Adrià usou sua inclinação para pesquisa e sua reputação de chef para transgredir o rigor da gastronomia de tradição francesa, introduzindo novas texturas, utensílios e ingredientes, delineando novos padrões estéticos e de sabor para a gastronomia contemporânea. Solier (2010) argumenta que gastronomia molecular é uma força altamente influente nas culturas culinárias contemporâneas. Ela se consolida como uma fórmula que pode ser observada por alguns fatos interessantes. O *el Bulli* foi eleito por três anos consecutivos como o melhor restaurante do mundo pela revista *Restaurant*, e Adrià é considerado um dos melhores cozinheiros do mundo até os dias de hoje. A região da Costa Brava na Espanha, teve um expressivo crescimento no turismo devido ao número de clientes de todo mundo curiosos pela culinária de Adrià, em 2008 o restaurante recebeu dois milhões de pedidos para uma disponibilidade de apenas 8000 lugares.

O trabalho de Solier (2010) é relevante para a nossa análise porque indica um caminho que para compreender profundamente a gastronomia molecular, foi necessário sair dos limites do restaurante e examiná-los nos demais contextos onde este tipo de gastronomia é produzido. Isso é interessante para mostrar que a gastronomia não é feita somente dentro da cozinha, ela circula por outros numerosos espaços, como laboratórios e cozinhas domésticas. Embora a gastronomia molecular se diferencie muito do tipo de gastronomia que queremos estudar, observamos que em alguns momentos seus horizontes se cruzam, especialmente no tocante a utilização de determinadas técnicas e utensílios culinários, e isto nos auxilia na discussão sobre como ocorrem as inovações mediadas por tecnologias no universo gastronômico.

Além de estudar o restaurante *el Bulli*, Solier (2010) amplia seu alcance de pesquisa para o laboratório onde estas práticas científicas ocorrem, bem como para casa de um consumidor especialista, que ela caracteriza como *foodie*<sup>10</sup>, e que reproduz estas práticas em sua própria cozinha. Assim, Solier argumenta que atualmente os sistemas

---

<sup>10</sup> Os foodies são um grupo crescente de pessoas que compartilham subjetividades relacionadas a comida de uma maneira própria. Nós iremos trabalhar este conceito no capítulo 2.

especialistas (GIDDENS, 1996) passam a dominar áreas da vida cotidiana, como a cozinha e os alimentos. A discussão dos sistemas especialistas dentro da gastronomia se coloca mais ou menos assim: a gastronomia molecular é uma tecnociência que transforma o conhecimento leigo culinário através de uma série de práticas científicas que possibilitam transformar os ingredientes. Este conhecimento ultrapassa os laboratórios e chega até o restaurante, mudando de mãos dos cientistas para os chefs (que podem ter a dupla competência de chef e cientista). Do restaurante ele passa para as mãos dos *foodies*, que são consumidores interessados por comida e que buscam reproduzir estas técnicas em suas cozinhas domésticas, utilizando recursos como a internet e livros para adquirir estas habilidades. Ao fazer isso, a autora aponta importantes direções sobre os limites desta mudança de especialização. Ao seguir esta lógica de investigação, coloca-se em evidência uma série de atores que constituem a gastronomia molecular, ultrapassando as fronteiras do restaurante. A gastronomia molecular torna-se situada, de acordo com cada local em que é produzida e ligada aos diferentes objetivos existentes em cada um destes espaços - laboratório, restaurante e cozinha doméstica.

Usaremos o exemplo do sifão culinário para demonstrar este fenômeno. Uma das técnicas culinárias que sofreu grande transformação nos últimos anos foram as emulsões. As emulsões são constituídas pela associação de moléculas de água com moléculas de gordura ou proteínas, como a maionese. Já a textura de mousse ocorre quando adicionamos ar a uma mistura líquida como a claras em neve. Uma terceira versão destas substâncias são as “espumas” e elas são uma criação de Ferran Adrià. Esta jovem técnica, como qualifica Adrià (2009), foi executada pela primeira vez em 1994 na cozinha do *el Bulli* e consiste em uma mistura líquida fria ou quente que é colocada dentro de um sifão culinário que adiciona uma quantidade de óxido nitroso e transforma a substância em uma espuma aerada e saborosa. Desde sua fabricação dentro de um laboratório experimental localizado na cozinha de um restaurante, esta técnica ganhou vida própria e circulou por outros espaços, até se tornar amplamente utilizada por chefs e o sifão culinário tornar-se um utensílio popular entre os restaurantes. Os sifões culinários não são de exclusividade profissional, com um pouco de habilidade, eles podem ser facilmente utilizados na cozinha de casa. Outras técnicas também foram modificadas ou criadas utilizando instrumentos modernos, como fornos de precisão, desidratadores e termostatos de imersão, que permitem cozinhar em baixas temperaturas. Estas inovações ocorrem através da

aplicação do conhecimento científico à prática cotidiana de cozinhar através de um sistema abstrato especializado que cria um léxico próprio para a culinária contemporânea.

Todas as descobertas de Adriá e sua paixão pela inovação e criatividade culinária, resultaram no fechamento do seu restaurante que reabriu poucos anos mais tarde como uma fundação de pesquisa culinária chamada *eBullilab*. O surgimento dos foodlabs enquanto espaços destinados para o desenvolvimento de pesquisa e tecnologia aplicados a ingredientes, técnicas, meio ambiente e inovações na gastronomia tem ganhado bastante força nos últimos anos. Outros laboratórios de comida foram criados recentemente como o *Nordic Food Lab* que é uma organização sem fins lucrativos de código aberto que investiga a diversidade de alimentos no território nórdico. O objetivo é combinar abordagens científicas e humanísticas com técnicas culinárias do mundo para explorar o potencial comestível da região nórdica, explorando a biodiversidade local aliada a sustentabilidade. O *Nordic Food Lab* faz parte dos empreendimentos de René Redzepi com parcerias privadas e fundações, fazendo parte do *Department of Food Science* na Universidade de Copenhague, colaborando com projetos locais e internacionais. Parcerias semelhantes foram feitas entre chefs e a Universidade de Yale nos EUA, resultando num curso oferecido pela universidade intitulado *Yale Sustainable Food Program*.

Outro caso recente e ainda mais surpreendente foi liderado pelo chef Dan Barber. Em abril de 2018 o chef foi mais além ao criar a empresa *Row 7 Seed Company*, uma empresa criada por chefs e agricultores para o melhoramento genético de sementes cujo o foco é o sabor. A partir de cruzamentos genéticos utilizando técnicas tradicionais de cultivo, a companhia modifica sementes orgânicas para gerar alimentos mais apetitosos. A primeira estratégia de lançamento das sementes de sabor, foi o seu envio a um seleto grupo de chefs, parceiros em projetos de sustentabilidade e igualmente amigos, para testar suas sementes e apoiar o projeto. A proposta da *Row 7 Seed* é:

We are a seed company grounded in the notion that deliciousness might just change the world. A seed company built by chefs and breeders striving to make ingredients taste better before they ever hit a plate. It's a collaboration—a cross-pollination—based on a simple premise: we believe flavor can succeed where commodification has failed. That it can change how we eat and, in turn, how we grow.

So if you're a chef, a breeder, a farmer, a gardener, an eater, an enthusiast or maybe some combination of those things, then there's a seat at the table here for you, and space in the rows and on the line. It's a work in progress, but for ten thousand years or so, vegetables always have been. Flavor is never finished. And we're just getting started (ROW 7 SEEDS, 2018).

Estes casos apresentados têm em comum a ideia da ciência sendo mobilizada para criar um tipo de gastronomia amparada por inovações sustentáveis. Criando um esquema de modificações mais ou menos organizadas e sustentadas por redes centralizadas na figura dos chefs que reivindicam apoio de atores diversos. Os chefs se colocam no papel de articuladores que conectam diferentes universos para criar projetos inovadores na gastronomia, como laboratórios, cursos, eventos e novas empresas colaborativas.

É necessário chamar atenção para um ponto importante que relaciona-se a ideia de natureza comestível, que discutimos na seção anterior. Uma de nossas constatações tendo como base estas iniciativas dos chefs, refere-se a que a reinvidicação de uma natureza comestível como forma de performar a culinária não é pura. As práticas científicas aparecem aqui como um recurso que pode melhorar e potencializar as virtudes naturais dos ingredientes intermediados pelo conhecimento científico. Todavia, este conhecimento é aplicado através de sua interface com o conhecimento tradicional, assim como no caso das sementes. Estas inovações são realizadas em ritmos acelerados e este o conjunto de modificações aliados ao cenário de flexibilização do mercado gastronômico mundial, ajusta-se cada vez mais a estas tendências que vão sendo aceitas com maior facilidade pelo mercado.

## 1.5 - CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA DAS TRANSIÇÕES PARA O ESTUDO DA SUSTENTABILIDADE NA GASTRONOMIA: UMA ABORDAGEM MULTI-NÍVEL

Problemas como a mudança climática e crise ambiental tem ganhado importante destaque nas agendas políticas e de pesquisa. Estes problemas se diferem em complexidade e escala e englobam questões como a poluição da água, chuva ácida, poluição atmosférica e problemas de resíduos. Entretanto, lidar com estes problemas ambientais envolvem

diferentes estratégias, que vão desde mudanças mais simples como tecnologias mais “limpas”, enquanto outros necessitam de respostas que exigem transições mais radicais para o futuro, como mudanças nos sistemas de energia, transporte e setor agroalimentar (GEELS, 2009; ELZEN et al., 2004; WISKERKE, VAN DER PLOEG, 2004). Estas mudanças envolvem, não somente a implementação de arranjos sociotécnicos, mas também mudanças em outros níveis como nos mercados, nas práticas cotidianas, e significados políticos e culturais (GEELS, 2009). Dentro do quadro de referência para pensar estas transformações na gastronomia, a Teoria das Transições parece ser uma ferramenta adequada. Seu interesse está em mostrar como novas ideias, produtos, tecnologias e discursos, passam orientar os questionamentos sobre os regimes dominantes, desencadeando uma série de mudanças que despertam para novos regimes sociotécnicos. Estas mudanças não ocorrem da noite para o dia, mas são mobilizadas por uma série de atores que criam condições para que esta mudança aconteça. Assim, nossa proposta é pensar como prática de cozinhar e a gastronomia tem se transformado nos últimos anos levando em consideração a questão da sustentabilidade ambiental.

É necessário destacar as contribuições da Teoria das Transições em nosso estudo. Além dos seus aspectos metodológicos e heurísticos, há que se justificar também que ela nos auxilia a situar este estudo dentro de um campo mais amplo. A Teoria das Transições tem sido um instrumento utilizado em estudos cujo o foco central está em verificar transições para modelos sociotécnicos mais sustentáveis. Estas teorias provaram ser úteis em mostrar e analisar métodos que se movem em direção a um modo de vida de baixo carbono, problematizando a introdução de novas tecnologias, práticas e formas relacionadas a produção e consumo (SHOVE, 2012). Seu ponto de partida consiste em reconhecer de que muitos problemas ecológicos como a mudança climática, esgotamento de recursos naturais (petróleo, florestas, estoques pesqueiros) dentre outros, são desafios que estão diretamente relacionados a um modo insustentável de consumo. Isto envolve repensar padrões de produção e consumo em áreas como energia, aquecimento, mobilidade e modelos agroalimentares, para citar alguns casos. Deste modo, para resolver problemas desta natureza é necessário pensar novos tipos sistemas sociotécnicos que busquem soluções e mudanças que utilizem tais recursos com uma racionalidade mais sustentável. Portanto, um objetivo central da pesquisa de transições é compreender como estas transformações acontecem

através de diferentes níveis, que ajudam a delinear e situar estas mudanças no tempo e espaço.

As principais escolas teóricas das transições localizam-se principalmente no Reino Unido e Holanda, este último, país onde realizamos parte de nossa pesquisa de campo e doutorado sanduíche. Deste modo, a escolha por utilizar tal teoria nesta pesquisa também tem como objetivo incluir o Brasil em estudos nesta área, em língua portuguesa, bem como inscrever a importante temática da gastronomia/culinária neste campo.

Os estudos sobre transições destacam-se por dar ênfase no papel dos regimes sociotécnicos e infraestruturas materiais dentro das análises científicas. Isso não significa diminuir o papel essencial dos atores, mas antes, o interesse é analisar como ocorrem as transformações sóciotécnicas de longo prazo orientadas pela sustentabilidade e como os atores e instituições redefinem e transformam seus entendimentos sobre práticas cotidianas. Inúmeros trabalhos ocuparam-se em verificar estas transformações em áreas como mobilidade urbana através dos carros elétricos, de um renovado interesse por bicicletas, na alimentação através do consumo verde, no uso de fontes renováveis para eletricidade, dentre outros exemplos (SHOVE, 2012; OOSTERVEER, 2012; GEELS et al, 2016). Um dos desafios que se instauram para as pesquisas é de como estudar as transformações de artefatos tão enraizados na cultura global como a utilização de celulares, internet, energia, automóveis e o sistema alimentar? E como refletir sobre as respostas a estes sistemas que decorrem em virtude da tomada de consciência sobre limitações e efeitos colaterais destes sistemas sociotécnicos? Pois bem, a Teoria das Transições parece nos sinalizar ferramentas que operacionalizam estas transformações.

Aqui, precisamos trazer alguns esclarecimentos sobre nosso construto teórico para evitar confusões. As escalas multiníveis geralmente são percebidas como a tipologia dos caminhos da transição (GEELS *et al*, 2016). Algumas das críticas a esta tipologia consistem em classificá-las como uma estrutura rígida, implantada para capturar a mudança histórica através de uma abordagem de caráter evolutivo e normativo. Isso seria particularmente problemático, especialmente se contrastado com a noção de rede, também utilizada nesta tese. A TAR é muito importante para nossa pesquisa, no sentido que ela se mostra como um quadro referencial ajustável de acordo com as singularidades de objetos de pesquisa empíricos. Ela nos oferece a possibilidade de desconstruir noções e conceitos como o de social, dissolvendo conexões

rígidas e pré-estabelecidas entre os atores, oferecendo a possibilidade de mapear novas associações que incluem outras entidades não-humanas. Ela também nos indica um novo modo de fazer ciência, que parte do pressuposto que os fatos e artefatos científicos são fabricados por um conjunto de pessoas, tecnologias e objetos em lugares específicos, ao contrário da ideia de que sua existência fosse algo dado.

Entretanto, nossa pesquisa possui características que compõem uma proeminente área de pesquisa denominada Transições. Consideramos que apesar de suas possíveis incongruências, a teoria das Transições pode contribuir para nosso estudo de como estas mudanças ocorrem tanto na gastronomia como na prática de cozinhar. Esta tradição tem se ocupado de estudar as recentes transformações globais que surgem como resultado da constatação dos problemas ecológicos e os arranjos sociomateriais criados para mitigar o avanço destes problemas. Estes estudos se autodenominam como produto da articulação do STS e estudos sobre inovação, especialmente pela atenção dada as tecnologias e infraestruturas materiais. Portando nossa escolha por utilizar a abordagem multinível tem como o objetivo principal utilizar essa tipologia como uma ferramenta heurística que delinea a emergência do nosso objeto de pesquisa, que é descentralizado e fluído por excelência, num caráter de nicho, e nos ajudar a mostrar a potência dos atores quando se unem e agem de maneira coletiva, mobilizando em suas práticas uma série de discursos, ingredientes, hortas, paisagens etc. Isso não significa que ao optar pela escala multinível, nós negamos que as associações formadas entre os atores não sejam redes, ao contrário, nós reconhecemos que a natureza destas associações são precisamente redes sociomateriais. Entretanto, optamos por vincular nossa análise aos multiníveis por entender que estes estudos estão muito mais próximos do nosso campo empírico.

Dito isso, vamos caracterizar melhor o que consistem estes multiníveis. Esta teoria coloca as práticas no centro da análise de sua argumentação, mas considera que as transições não resultam exclusivamente de esforços intencionais de atores humanos numa forma linear. Neste âmbito, as infraestruturas tecnológicas, quadros culturais ou relações de poder desiguais refletem igualmente para os grupos de atores envolvidos. A proposta metodológica consiste em analisar as transições através de multiníveis, que ocorrem em três níveis de institucionalização das práticas: nicho, regime e paisagem. As práticas de nicho referem-se principalmente as práticas inovadoras em nichos específicos, onde as regras e recursos de um novo regime estão sendo feitas. Neste momento,

os elementos ainda não estão muito bem delimitados e ainda não são amplamente utilizados pelos atores, operando ainda dentro dos regimes dominantes. Já no segundo caso, as práticas estão estabilizadas e ocorrem com maior regularidade, de modo que são amplamente conhecidas e persistem no tempo-espaço. No nível de paisagem, as práticas são vistas em redes nas quais mostram características mais ou menos estáveis tornando-se padrões (SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012).

As transições partem da ideia de que os regimes sociotécnicos dominantes vão sendo diretamente influenciados por discursos e práticas de inovação que contribuem para a realização de mudanças. Conforme argumentam Spaargaren, Oosterveer e Loeber (2012) estas inovações podem ocorrer com maior sucesso em “nichos estratégicos”, onde são geridos em seu contexto e sobrevivendo diante da concorrência do regime dominante. Somente quando um repertório considerável de inovações torna-se bem sucedidas, e, que inúmeras opções alternativas são estabelecidas, é que se inicia o processo de questionamento do regime dominante e sua consequente fase de transição. Deste modo, a chave para análise das transições se dá a partir de inovações concebidas a partir de um processo de interações entre elementos organizados em nível de nicho, e devem ser vistas como fenômenos que ocorrem pela ótica de baixo pra cima (*bottom-up view*). Outros autores desde um debate sobre política das transições sustentáveis, chamam a atenção para modos de governança mais democráticos e as ações mais radicais, reivindicando uma compreensão horizontal sobre as relações de poder no âmbito destas transformações (AVELINO et al, 2016). Esta visão política das transições desconstrói uma ideia de que as interações entre nicho, regime e paisagem seriam algo verticalizado, baseando este argumento sobretudo na premissa de que as relações de poder implicadas em processos de transição “não concentrados a um nível específico ou de atores específicos, mas que diferentes dimensões de poder estão dispersas por agentes inter-relacionados em vários níveis” (AVELINO et al, 2016, p. 3).

É um fato que noção de sustentabilidade é um conceito altamente contestado por atores e grupos sociais. Da mesma forma, as inovações para transições de sustentabilidade emergem em meio a tensões e diferentes posicionamentos, especialmente quando interesses entram em conflitos. Deste modo, determinadas inovações para sustentabilidade podem se constituir como ameaças a governos, posições econômicas ou grandes indústrias, como o caso do petróleo por exemplo. Por esta razão,

as transições emergem em cenários que estão em constante disputa e contestação e que possuem inúmeros fatores que ditam os seus ritmos e velocidade.

Tendo como norte a ideia de um processo de transição no consumo de alimentos na contemporaneidade, Spargaren, Oosterveer e Loeber (2012) apontam as seguintes diretrizes para sua análise segundo a teoria: 1) transições como uma mudança organizada em um novo conjunto de regimes sociotécnicos; 2) o papel da tecnologia e da agência nas transições dos mercados alimentares 3) a perspectiva multinível como uma metodologia para o estudo das transições dinâmicas em diferentes níveis de escala e; 4) o papel da sustentabilidade e globalização como fatores-chave para moldar as paisagens alimentares emergentes.

Sendo assim, na tentativa de sistematizar um quadro de operação da teoria das Transições nos deparamos com os seguintes passos: caracterizar os impactos negativos que estão inscritos nos atuais regimes dominantes de produção e consumo; identificar, desde uma perspectiva crítica dos regimes dominantes, o conjunto de regimes sociotécnicos que podem ser substituídos por modelos que auxiliem a minimizar seus efeitos colaterais; especificar quais são as condições de sucesso no estabelecimento de inovações sócio-técnicas desde um nível de nicho; pesquisar quais são os regimes dominantes que são questionados pelos atores dominantes e como estes respondem às inovações de nicho; entender e analisar os caminhos que podem desenvolver formas específicas de interações de regimes baseados em nichos; demonstrar os fatores que desencadeiam ou bloqueiam de regimes sociotécnicos bem sucedidos. Este esquema sintético sobre transições nos serviu de base para elaborar o questionário que guiou nosso roteiro de entrevistas com os chefs.

Talvez a principal crítica direcionada à Teoria das Transições diz respeito às suas limitações quando se referem à excessiva ênfase dada aos regimes sociotécnicos, muitas vezes sendo acusada de um determinismo tecnológico. Bem, por mais que algumas destas críticas possam ser verdadeiras para alguns autores, Spaargaren, Oosterveer e Loeber (2012) buscam construir formulações teóricas colocando as práticas no centro do modelo de análise para justificar tais transições, e não os sistemas sociotécnicos. Isto implica em colocar, em primeiro plano, o papel de agência dos atores humanos através de seus comportamentos, motivações e interesses, embora também se reconheça que algumas das circunstâncias que orientam tais práticas não são necessariamente tomadas como esforços individuais de tais atores. Deste modo, apesar de compreender a

centralidade da subjetividade humana nos processos de transição, os esforços dos atores não ocorrem de maneira linear, mas são influenciados em diferentes níveis de escala por relações de poder, infraestruturas, objetos, tecnologias etc. Assim, o processo de mudança deve ser visualizado através de um peso analítico adequado as contribuições dos diferentes atores presentes na rede, sejam humanos ou não-humanos.

Outras críticas endereçadas as transições consistem em destacar seu caráter evolutivo e normativo, ou seja, a perspectiva multiníveis ditaria uma linearidade para a mudança de modo que esta seguiria estágios pré-estabelecidos. Aqui, um importante debate se faz necessário, a relação entre mudança e estabilidade. Nós retomaremos melhor esta discussão relacionado ao nosso trabalho de campo no capítulo 3. Para situar este debate, vamos trazer o exemplo do movimento segunda sem carne. Esta é uma campanha lançada em 2009 que tem como objetivos aumentar a conscientização sobre o impacto ambiental negativo da ingestão de carne, incentivar as pessoas a ajudar a reduzir a mudança climática, preservar recursos naturais e melhorar sua saúde através da redução do consumo de carne pelo menos um dia a cada semana (*MEAT FREE MONDAY*, 2018). Os atores envolvidos na campanha possuem um amplo envolvimento com instituições e ONGs ligadas ao movimento vegetariano/vegano, dentre outros, e esta ação busca sensibilizar e estimular um processo de transição para uma redução ao consumo de carne. Estratégias nesse sentido também tem sido utilizada pelo governo Holandês, dentre outros, como uma política pública de encorajamento a população a redução do consumo de carne para uma dieta mais saudável e sustentável, e isso reflete em ações como as taxações para o setor, exigências de qualidade superior no modo de produção, sistemas de classificação da qualidade em supermercados etc. Por outro lado, existem sistemas profundamente arraigados em torno de dietas, aspectos culturais, mercado da carne, sistemas agrícolas intensivos, redes de varejo com padrões de produção e consumo, que criam trajetórias estáveis para o consumo da carne. Assim, inovações para transições percorrem um longo caminho até que ocorra uma mudança mais ampla, e que envolvem interações multidimensionais entre impulsos para mudança radical e forças de estabilidade e dependência de trajetória (KOHLENER et al, 2017). Ainda que o número de vegetarianos e veganos tenha crescido muito nos últimos anos, elas ainda são consideradas nichos que possuem estímulos diversos para transição.

Este fato chama atenção para outra importante característica das transições, a incerteza. A segunda sem carne é um movimento que tem

crescido muito nos últimos anos, impulsionados por celebridades como ex-Beatle Paul McCartney. Entretanto as inovações apesar de serem promissoras, são iniciativas impossíveis de prever se prevalecerão. Kohler et al (2018) argumentam que são múltiplos os caminhos para a transição, e o caráter incerto das mudanças provem das trajetórias não lineares nos processos de inovação, que podem atingir estágios de extrema popularização, inércia, falhas, ciclos de decepções, influências de processos políticos que podem resultar em avanços ou retrocessos, ou ainda, processos socioculturais que podem gerar mudanças nas agendas públicas ou gerar senso de urgência na população.

A teoria das transições nos oferecem alguns insights para pensar nosso objeto de pesquisa. Segundo Avelino (2016) existem dois aspectos a serem destacados com relação a sustentabilidade e elas trazem consigo, sugestões de como o mundo deve parecer ser. A primeira delas é chamada de narrativas de mudança (*change narratives*) que consistem em discursos sobre mudança e inovação. Essas narrativas são um conjunto de ideias, metáforas, conceitos e enredos sobre determinadas mudanças e inovações. A segunda é chamada “*game changer*”, essa expressão da língua inglesa carrega o significado de um evento, ideia ou procedimento que afeta uma mudança significativa na maneira atual de fazer ou pensar em algo. Então expressões como mudança climática ou crise econômica, por exemplo, são utilizadas como expressões *game changer* pois elas condensam condições de macro desenvolvimento que afetam os eventos ou tendências que se enquadram como mudanças ou percepções de mudança, modificando a forma como os atores interagem entre si. Sendo assim, as narrativas de mudança e *game changers*, são dois aspectos que estão relacionalmente envolvidos, pois operam tanto como discursos em resposta a um problema, ao mesmo tempo que se torna a maneira em que percebemos o problema.

Assim, nosso interesse em mobilizar a Teoria das Transições consiste na sua aplicabilidade para estudar redes transnacionais que trabalham com inovação e que tem ambição de mudança. A figura dos chefs opera como uma espécie de arquétipo dentro das redes e que traduz uma série de elementos relacionados a forma como se deve comer. Queremos destacar a noção de sustentabilidade como uma meta narrativa de mudança que possui uma multiplicidade de enquadramentos sobre seu significado no interior das redes. Argumenta-se que estas inovações vão ser institucionalizando e gradualmente afetando o mainstream, por exemplo, o caso da rápida ascensão do mercado de orgânicos as placas de energia solar (AVELINO et al, 2016, p. 3).

## **CAPÍTULO 2 - DESEMBRULHANDO O ESTÔMAGO: TRANSFORMAÇÕES ALIMENTARES CONTEMPORÂNEAS**

### **2.1 - ENTRE O COMER O COZINHAR: RUPTURAS, DESCONTINUIDADES E RENOVAÇÃO**

O homem é um onívoro que se alimenta de carne, de vegetais e de imaginário: a alimentação conduz à biologia, mas, é evidente, não se reduz a ela; o simbólico e o onírico, os signos, os mitos, os fantasmas também alimentam e concorrem a regerar nossa alimentação (FISCHLER, 1995, p. 1).

O ato de cozinhar é uma das práticas mais antigas da história da humanidade. Alguns autores chegam a argumentar que foi justamente quando os indivíduos descobrem o fogo e passam a cozinhar, que nos constituímos enquanto seres humanos e diferenciamos-nos assim dos demais animais (BRILLAT-SAVARIN, 1970; WRANGHAM, 2010). Portanto, a “hipótese do cozimento” de Wrangham (2010) afirma que cozinhar, fabricar ferramentas e linguagem para esta finalidade foi um marco histórico não somente para o desenvolvimento da civilização, como para grandes transformações biológicas no corpo humano em virtude do consumo da comida cozida, como aumento do cérebro, por exemplo.

Ao longo do último milênio, muitos foram os processos históricos que influenciaram a forma como comemos e cozinhamos. Estes processos, que tiveram como força motriz entre outras causas a expansão na busca por alimentos, são inextrincáveis da história da alimentação de maneira geral. O caso das especiarias, por exemplo, empreendida pelas grandes navegações do século 14, conduziram a chegada dos europeus às Américas, deparando-se com o continente na busca pelos caminhos das Índias. Já no período moderno, Carneiro (2003) argumenta que a expansão do capitalismo mercantil se deu a partir do tráfico destas especiarias, e em seguida, com a comercialização do açúcar do mundo colonial para a Europa. O tráfico de africanos para trabalharem como escravos, também tem como uma possível origem, a crescente demanda da população europeia pelo açúcar.

Na antropologia, Lévi-Strauss teve notável parte de sua obra dedicada ao estudo da prática de cozinhar através dos mitos entre

sociedades ameríndias em sua obra monumental chamada *Mitológicas*, distribuídas em 4 volumes com mais de 2000 páginas. Através de uma abordagem estruturalista baseada em oposições binárias, Lévi-Strauss afirma que cozinhar é uma atividade que converte a natureza em cultura. No primeiro volume intitulado “O cru e o cozido”, também chamado de representações míticas da passagem da natureza à cultura, o autor analisa 187 mitos que referem-se de maneiras distintas a invenção do fogo e a centralidade da cozinha para o pensamento indígena, indicando a passagem da natureza para a cultura através da metáfora cru (natureza) e cozido (cultura). Sendo assim as coisas "cruas" são transformadas em coisas "cozidas", e novamente retornam a natureza na condição de "podres", esse processo foi chamado de "triângulo culinário". Para o autor a metáfora do triângulo culinário é generalizante para os povos do mundo sendo categorias universais que possuem interpretações culturais próprias (LÉVI-STRAUSS, 2004).

Mintz e Du Bois (2002) em seu artigo *Antropologia da alimentação e do comer*, fazem um interessante trabalho de mapeamento do estado da arte em etnografias cujo objetivo é analisar a transversalidade do comer e cozinhar em inúmeras esferas da vida social. Eles também chamam a atenção para a dimensão dos estudos sobre mercadorias e substâncias, onde um prolífico campo da antropologia material ocupa-se a entender as dinâmicas dos ingredientes, como por exemplo, *Sweetness and Power* (MINTZ, 1985). Nesta obra, o autor faz uma análise histórica do açúcar no Caribe, colocando em evidência uma mercadoria que construiu bases para o surgimento de um mercado global, trazendo a discussão sobre trabalho, escravidão e poder.

Estas transformações drásticas na forma como comemos e cozinhamos, derivam sobretudo de fatores como o avanço da ciência e tecnologia, globalização e industrialização que oferecem uma imensa variabilidade e oferta de alimentos. Como discute Nestle (2002) em seu livro “A política da Comida”, o controle da indústria na oferta de comida produzida em larga escala, coloca dietas e o sistema alimentar em disputa. Campos como saúde e nutrição passam a ser igualmente afetados pela indústria através de relações de poder, criando inúmeras tensões inclusive na forma em como as pesquisas científicas são conduzidas nestes campos, que passam a sofrer forte orientação a partir dos interesses da própria indústria alimentar.

O jornalista norte-americano Michael Pollan possui enorme influência pública no debate sobre o sistema alimentar, sendo considerado pela revista *Time*, na reportagem apresentada na introdução “Deuses da

Comida”, uma das treze pessoas mais influentes no âmbito alimentar. Pollan, além de jornalista, é professor na Universidade de Berkeley (EUA), e ativista que se dedica a publicizar os riscos da comida processada e os abusos da indústria alimentar propondo novos valores para a alimentação. Em seu livro “Cozinhar: uma história natural da transformação” que posteriormente transformou no uma série de quatro episódios no Netflix, ele traz novamente a prática de cozinhar a partir de um olhar contemporâneo.

Pollan (2014) levanta um curioso paradoxo contemporâneo:

Por que justamente no momento da história em que os americanos estavam abandonando a cozinha e delegando à indústria de alimentos o preparo da maior parte das refeições começamos a passar tanto tempo pensando sobre comida e assistindo a outras pessoas cozinham na TV? Parecia que, quanto menos cozinávamos no nosso dia a dia, mais a comida e seu preparo por mãos alheias despertavam nosso fascínio (POLLAN, 2014, P. 11).

O paradoxo apontado por Pollan é particularmente muito relevante para nosso estudo. Mas antes de tudo, é necessário pensar historicamente as transformações na prática de cozinhar, pelo menos nos últimos 50 anos. Obviamente, a comida é central na vida cotidiana. Para além da sua dimensão material, hoje em dia somos fortemente influenciados pelos programas de televisão, pelos anúncios na rua e pelas propagandas na internet. Diariamente somos hiper estimulados a comer, ou a não comer. A alimentação possui um caráter pluridimensional e vem sendo abordada por inúmeros aspectos interdisciplinares, como mostramos até aqui. Seja por suas configurações culturais, agronômicas, econômicas, biomédicas ou nutricionais, a sua emergência como objeto científico vem ganhando destaque dentro das Ciências Sociais. Entretanto, os aspectos que indicam mudanças nas práticas de cozinhar, do comer e da gastronomia contemporânea ainda têm recebido pouca atenção.

Esta multiplicidade de dinâmicas alimentares contemporâneas, fazem parte de um processo histórico de transição na forma de produção, aquisição, e processamento de alimentos, desencadeada fundamentalmente a partir do período pós-guerra. Tais transições se basearam numa maior racionalização da indústria alimentar através do emprego de tecnologias e inovações neste setor, com o claro objetivo de

aumentar sua eficiência. Estas mudanças contribuíram para uma rápida transição entre os sistemas alimentares tradicionais para sistemas modernos, que assumiram padrões de produção especializados, de larga escala e globais. Estes fatores, aliados às políticas agrícolas, interesses dos órgãos de regulação, monopólios de indústrias e papel cada vez mais relevante do varejo, contribuíram para que as práticas alimentares se tornassem eminentemente dependentes da indústria alimentar (SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012; BEARDSWORTH; KEIL, 1997).

Estas mudanças nos padrões dos sistemas alimentares influenciam significativamente na forma como as pessoas se alimentam hoje em dia. Um dos aspectos importantes para compreender as transformações da dieta ocidental para uma forma de alimentação industrializada, ou o que Berry (1996) chamou de “*industrial eaters*”, resulta na gradativa perda da capacidade das pessoas de cozinhar. Autores como Poulain (2013) e Fischler (1995) argumentam que os indivíduos – sobretudo as mulheres após a sua entrada no mercado de trabalho no período pós-guerra - têm gastado cada vez menos tempo realizando as refeições e perdendo suas habilidades culinárias. O ato de cozinhar enquanto uma prática realizada no espaço doméstico é gradativamente transferida e cooptada pelo mercado e pela indústria alimentar (POULAIN, 2014).

A partir da década de 1960, a indústria agroalimentar transformou radicalmente o mercado de alimentos de acordo as tendências do crescimento e urbanização. Este processo iniciou-se nos Estados Unidos, e expandiu-se rapidamente para os demais países, através das campanhas publicitárias e grandes redes de supermercados, que cooperaram para um deslocamento do papel da cozinha domiciliar para a indústria.

Cozinhar, no âmbito doméstico, sempre foi uma atividade atribuída as mulheres como parte da divisão sexual/social do trabalho. Fundamentalmente no período de pós-guerra, as mulheres passam a ser inseridas significativamente no mercado de trabalho, modificando seu papel social e econômico, passando a ser uma força política que ganha novos contornos através do movimento feminista. Os desenvolvimentos de tecnologias, como os eletrodomésticos e os alimentos prontos, tornaram-se elementos facilitadores para este processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho, através da simplificação das rotinas domésticas, deslocando a mão de obra feminina para o mercado. Este processo contribuiu para acelerar uma contínua desconstrução dos vínculos entre os indivíduos e o ato de cozinhar, e a indústria tornou-se responsável por trazer soluções instantâneas, rápidas e baratas, como o

“fast-food” ou McDonaldização dos costumes (FISCHLER, 2007; RITZER, 1993).

Este modelo de alimentação processada é resultado de uma série de dinâmicas globais, em que os interesses econômicos, políticos e ambientais dos grandes atores do mercado alimentar passam a orientar majoritariamente a produção e o consumo de alimentos. Exemplo disso são o monopólio e liderança mundial de empresas que dominam o fornecimento e processamento de alimentos a nível global, como é o caso das empresas de sementes e agrotóxicos. Oosterveer e Sonnenfeld (2012) argumentam que os principais fatores que influenciam o fornecimento de alimentos referem-se muito mais às questões como a crise climática, especulação de mercados futuros e a produção de biocombustíveis, do que os próprios mercados locais.

Entretanto, a aparente hegemonia da racionalização e eficiência econômica tem sido questionada e novas práticas têm ganhado cada vez mais espaço nos mercados de alimentos. As cadeias alimentares passam a incorporar noções de qualidade, segurança alimentar, meio ambiente, bem estar animal como princípios cada vez mais destacados para a inovação e mudança nas práticas de consumo (TILMAN et al., 2011; CASSOL, SCHNEIDER, 2015; GOODMAN, DUPUIS, GOODMAN, 2012). Esta diversidade no setor alimentar coloca inúmeros questionamentos sobre o processo de mudança no âmbito da produção e consumo de alimentos em escala global. Para Oosterveer e Sonnenfeld (2012), apesar de grande parte da produção de alimentos ainda ser consumida nos mercados internos, a globalização passa a orientar as cadeias, transformando os papéis desempenhados pelos atores no interior das redes. Isto se reflete numa transcendência do protagonismo do setor produtivo agrícola fazendo com que novos atores (humanos e não-humanos) apareçam neste cenário, ampliando a participação e agenciamentos na construção das redes.

Como parte deste conjunto de mudanças, o que comemos e como o fazemos passa a ser revisto pelos comedores contemporâneos. Ward, Coveney e Henderson (2010) apontam dois argumentos que ilustram estas transformações nos hábitos alimentares. O primeiro coloca em evidência as preocupações com a saúde e a prevenção de doenças crônicas, como a obesidade, por exemplo, que figura como um importante fator para adoção de estilos de vida saudáveis, ao mesmo tempo em que, igualmente, representa uma epidemia de raízes econômicas, sociais e culturais baseada no consumismo e outros fenômenos como o papel dos alimentos processados nas dietas dos países mais industrializados. Em segundo

lugar, estão as preocupações éticas em torno da produção e consumo de alimentos. A ideia de consumo ético como um meio de promoção da sustentabilidade e justiça constrói novas redes alimentares que definem identidades com base no compartilhamento de valores.

É importante destacar que as crises alimentares que ocorreram nos últimos anos, sobretudo na União Europeia, estimularam o debate político em torno da segurança alimentar mundial. O aumento do acesso à informação da sociedade sobre os riscos envolvidos na produção e consumo de alimentos, bem como as fraudes nas cadeias alimentares, foi um dos fatores que desencadearam uma série de inseguranças e ansiedades sobre o sistema alimentar (WARD; COVENEY; HENDERSON, 2010). Deste modo, noções de qualidade dos alimentos tornaram-se uma questão controversa e amplamente discutida por diversas esferas da sociedade, influenciando nos hábitos e escolha dos consumidores.

Fischler (2010), ao refletir sobre as transformações alimentares ocorridas na contemporaneidade, chamou de gastro-anomia as inseguranças e desconfianças dos indivíduos diante da diversidade de informações conflituosas acerca do comer. As novas formas de se alimentar que surgem a partir das interfaces provocadas pelo processo de globalização induzem a reivindicação de uma “nostalgia de um espaço social em que o comedor viva sem angústia, ao abrigo de uma culinária claramente identificada e identificante” (POULAIN, 2014, p. 34). Neste âmbito, apesar das práticas alimentares dominantes ainda serem controladas pela indústria, os consumidores têm buscado informações sobre a procedência do que se come, além de reconhecer cada vez mais as certificações, etiquetas alimentares e informações nutricionais, mobilizando novos significados, crenças alimentares, reconectando os vínculos com os alimentos e com quem os produz. Muitas são as pesquisas que apontam justificativas para tais mudanças alimentares, ancoradas em fatores como saúde e meio ambiente (GUIVANT, 2003; 2009; GUIVANT; SPAARGAREN; RIAL, 2010), política e cidadania (PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011; STOLLE; MICHELETTI, 2013).

Um argumento importante é de que a comida tem se tornado cada vez mais central na cultura do consumo. Seja através de jantares em restaurantes, através do consumo de utensílios culinários ou livros de receitas, a gastronomia tem sido uma matriz que muito diz sobre como os indivíduos reivindicam suas identidades e que implica numa negociação das moralidades no âmbito do consumo (SOLIER, 2013). Estas

moralidades envolvem o exame de como ocorrem julgamentos morais próprios de consumo, através de uma cosmologia moral, onde o alimento passa a ter maior valor para a construção identitária do que outras formas de consumo material, como roupas e objetos, que muitas vezes são percebidas como superficiais. O alimento é um apelo particular para a auto formação para aqueles que estão preocupados com o consumismo e tendem a preferir experiências em detrimento de bens materiais, pois oferece uma maneira de consumir sem acumular. Esta é uma das razões para sua popularidade hoje, especialmente entre a classe média com educação superior.

Ao refletir sobre esta inflexão nos mercados alimentares de nicho e a novas práticas alimentares baseadas em esquemas alimentares locais, orgânicos e sustentáveis, é que daremos os rumos desta pesquisa. O corte no vínculo entre indivíduo e cozinha tem como resposta a emergência de uma multiplicidade de discursos e práticas alimentares alternativa ao atual establishment. Surgindo num movimento marginal que busca reconectar tais vínculos, a gastronomia tem demonstrado seu potencial em assumir um papel de promover estas práticas através do resgate do exercício culinário cotidiano.

## 2.2 - COZINHAS DO FUTURO: ENGAJAMENTO POLÍTICO E SUSTENTABILIDADE

“Se você quiser ir rápido, vá sozinho, mas se você quer ir longe, vá acompanhado”. Esta foi a frase de encerramento da 5ª edição do Simpósio *MAD Food* realizada em Copenhagen no ano de 2016. A temática daquele ano era *Tomorrow's Kitchen* (cozinha do amanhã), frase que inspirou o título desta seção. O evento anual que é realizado especificamente para um seleto grupo de profissionais da gastronomia tinha como pergunta central: O que nós esperamos para nossas cozinhas no futuro? E o que nós estamos fazendo hoje em dia para fazer com que este sonho se torne realidade?

Uma das questões que perpassaram o nosso objeto de estudo, foi o engajamento político de chefs com uma mudança mais ampla na forma em que os alimentos são produzidos e consumidos, tendo como base estrutural desta transformação, noções diversas de sustentabilidade. Uma das questões que pareceu contraditória durante a pesquisa foi: como conciliar engajamento político com menus que podem custar 300 Euros por um jantar nestes restaurantes? Sem dúvida, estes restaurantes não são

acessíveis ao grande público pois os valores são muito restritivos. Logo, conclui-se que custa-se muito caro para comer uma comida sustentável. Entretanto, ao longo de nossa pesquisa de campo, não foi bem assim que percebemos esta contradição.

A profissão de chef, pressupõe trabalhar na cozinha de um restaurante economicamente viável, e para a grande parte destes profissionais, cozinhar consiste sua principal fonte de renda. Entretanto, é evidente, não só para chefs mas igualmente para consumidores, a tomada de consciência que a cada garfada, inúmeras forças de natureza econômica, ambiental, social se cruzam para ter como resultado final um menu degustação. Isso faz com que dezenas de transações econômicas, fatores ambientais, milhares de processos biológicos venham à tona e coloquem o restaurante e o chef numa posição de comunicar a interação destas forças e como elas afetam diferentes indivíduos e grupos sociais.

Estudos inscritos dentro da Sociologia da ação coletiva parecem auxiliar na explicação de mostrar como estas redes, articuladas por chefs, pressionam outros setores para alcançar mudanças mais ampla e consistentes. Vale ressaltar que não queremos enquadrar estas redes enquanto movimentos sociais, num sentido mais estrito do conceito (ALONSO, 2009), que incluem debates abrangentes marcados por dinâmicas internas que buscam democracia, especialmente num momento histórico de emergentes protestos de massa e ocupações urbanas ou ainda, o que Day (2004) define como “os mais novos movimentos sociais” onde o papel das mídias sociais proporciona novíssimas formas de ações coletivas contra hegemônicas e transnacionais que envolvem outras teorias de contágio e emoções, por exemplo. Reconhecemos este debate, mas não será o nosso foco, principalmente porque acreditamos que os chefs agem dentro de dinâmicas mercadológicas, que desencadeiam em novas formas críticas de pensar a alimentação. Por esta razão, aproximamos estas formas de mobilização das redes enquanto um tipo de ação coletiva.

Nosso campo empírico demonstrou, que as múltiplas redes, onde os chefs são os atores centrais, não são homogêneas e unificadas. Os chefs que estudamos tem um engajamento político com a sustentabilidade de forma ambígua e difusa. Deste modo, a contradição é inerente as redes, ao mesmo tempo que existe um duplo potencial nos mesmos sujeitos estudados, que são marcados por ambiguidades (menus inacessíveis/redes de restaurantes/linhas de comida congelada), ao mesmo tempo que possuem potência política. Assim, queremos fugir de uma categorização

que coloca os chefs num polo específico, porque ela invisibiliza a compreensão de processos ambíguos em disputa.

O caso dinamarquês é emblemático porque exemplifica através da nova cena gastronômica, gerada em virtude da *New Nordic Cuisine*, que fez com que a partir de uma transformação iniciada por restaurantes, fornecedores do entorno de Copenhague ajustassem-se as novas demandas por ingredientes dos restaurantes. Esta reorientação na forma de cozinhar dos restaurantes impeliu o mercado a adaptar-se a estas transformações rapidamente, para que se fosse capaz de suprir as demandas dos chefs por alimentos orgânicos/sustentáveis. Gradualmente, ao longo do avanço e expansão do debate da NNC, outros atores foram sendo incorporados a estas redes. O governo da Dinamarca, igualmente passa a apoiar o grupo de chefs, em diálogo com o Departamento de Saúde nacional, que se junta aos restaurantes para identificar e entender quais os desafios enfrentados por eles, e como pode oferecer condições que se articulem com políticas nacionais para dietas mais saudáveis.

O sucesso do caso dinamarquês ajuda a entender a potência das redes na gastronomia, pois os chefs, assim como outros grupos sociais, passam a inscrever demandas por um outro tipo de alimentação, mais justa, limpa e sustentável nas agendas contemporâneas. Não obstante, os chefs passam a ocupar posições de embaixadores da boa vontade na FAO, integrar cúpulas de debate sobre o futuro da alimentação. Assim, mais um papel é adicionado a figura do chef: a de ativista. Alonso (2009) salienta a mudança de escala do ativismo, passa de nacional a global. As pautas e tipos de ação na contemporaneidade envolvem ativistas e temas que cruzam fronteiras, dirigindo-se a instituições de caráter multilateral e opinião pública transnacional. Assim estas redes que agem dentro do mercado, se consolida a partir de uma força empreendedora que reivindica outros modelos de negócios. O restaurante aqui, aparece como secundário, pois os chefs projetam-se para outros espaços como ONGs, universidades, agências governamentais e passam a agir politicamente engajados com sustentabilidade nestes espaços.

Apesar destas redes reivindicarem interações locais como construção de seu estilo culinário, como já mencionamos anteriormente, as características de ação coletiva destas redes diluem fronteiras de estados nacionais a partir do entendimento em comum do compartilhamento dos riscos ambientais e da responsabilidade do setor de restaurantes como parte de uma mudança em potencial cuja possibilidade de melhores resultados envolvendo sustentabilidade é latente. Mais uma vez, aqui fica claro a ideia de Beck sobre o caráter cosmopolita que

ênfatisa a governança compartilhada dos riscos ambientais, modificando o papel da gastronomia a partir de redes de chefs em criar esquemas de ação coletiva para modificar os mercados de provisão de alimentos em escalas de ação mais amplas e de maior impacto. Os chefs reivindicam um lugar de fala dentro do sistema alimentar, e passam a ser ouvidos. O seu reconhecimento como atores, para além de personagens reclusos a cozinhas dos restaurantes, delega aos chefs um momento de visibilidade que auxilia para multiplicar sua potência para agir em causas alimentares.

As redes são eficazes para mudança especialmente pela capacidade de influenciar pessoas. Seja atendendo clientes em seus restaurantes caros, através de livros, vídeos no Youtube ou posts no Instagram, os chefs criam canais de comunicação com o grande público que anseia não somente sobre boa comida, mas pelo consumo da informação sobre o que comer. Portanto o alvo dos chefs amplia-se do restaurante para outras esferas.

### **2.2.1 - Cozinha de Guerrilha: estratégias de ação coletiva e novas formas de restauração**

Como um exemplo de iniciativas antagônicas aos restaurantes em seu formato mais popular, apresentamos o emblemático caso do *Guerilla Kitchen*. O *Guerilla Kitchen* é uma das experiências que agrupamos numa categoria de chefs radicais, e que será apresentada no capítulo seguinte. Este grupo é composto por entusiastas engajados contra o desperdício alimentar que organiza atividades de protesto em Amsterdam, capital holandesa. As atividades iniciaram em 2014 com a finalidade de atender demandas pessoais, mas com o tempo o grupo percebeu a dimensão de suas ações para o combate ao desperdício e o benefício do fornecimento de refeições saborosas para a comunidade local – com especial atenção aos refugiados que vivem na cidade.

A crítica central do grupo consiste no questionamento dos atuais valores de abundância e excesso na sociedade de consumo, estimulando práticas alternativas de compartilhamento e reciprocidade. Para executar seus protestos, o *Guerilla Kitchen* utiliza esquemas auto gerenciados por voluntários que transformam ingredientes que iriam para o lixo em comida. Estes ingredientes, geralmente são garimpados em feiras, supermercados ou chegam ao grupo através de doações de comerciantes locais.

As principais iniciativas desenvolvidas por eles são os jantares e o supermercado livre que acontecem todas as semanas, porém iremos analisar somente os jantares. O projeto não possui espaço próprio, por esta razão os eventos são hospedados na cozinha de restaurantes parceiros do projeto. Os jantares não são estáticos e limitados a determinados pontos da cidade, mas estão em constante circulação. Iremos analisar a dinâmica dos jantares em dois restaurantes que operam sob lógicas distintas. O primeiro chama-se Robin Food e é um espaço colaborativo e aberto, onde chefs e cozinheiros podem trabalhar juntos através do compartilhamento de conhecimentos, realização de workshops, aulas e outros eventos. Sua proposta gastronômica é servir comida vegana saudável, utilizando preferencialmente ingredientes orgânicos a um preço acessível. Uma das frases que chama atenção na sua auto definição é “*Resistance starts on your plate!*” o que assume um posicionamento de ativismo político ligado ao consumo alimentar. Assim como já apontou Nunes (2010), o ativismo vegano pode ser percebido como uma forma de politização do consumo, extrapolando as fronteiras de ordem privada para o domínio de um engajamento político com as causas de interesse público. Sendo assim, chefs e cozinheiros voluntários utilizam a cozinha do *Robin Food* para a realização dos jantares, que ocorrem todas as quartas-feiras e são divulgados através do Facebook sob o título de “*Guerilla Kitchen: Food Waste Feast*”.

Os posts bem-humorados procuram chamar atenção para a questão do desperdício alimentar e da importância do engajamento político utilizando frases como: “*Fill bellies not bins and support good causes*”, “*Bring friends, strangers and specially lovers*” ou ainda “*your help is ALWAYS welcome! Chopping, serving, smiling, washing, anything :) Give us a private message or talk to us at the diner!*” Esta dinâmica cria formas mais interativas com os clientes, que podem escolher de forma mais ativa os níveis de engajamento com a experiência gastronômica.

## Figura 9 - Evento *Guerilla Kitchen* Amsterdam



Fonte: Página Facebook do grupo. Acesso em 09 de junho de 2018.

Já o segundo restaurante chama-se *KasKantine*, traduzido do Holandês como “restaurante na estufa”, e que como o próprio nome já sinaliza, caracteriza-se como um grande galpão transformado em estufa com produção própria de alimentos. O espaço localiza-se no meio de um parque em Amsterdam, na beira de um de seus muitos canais. O restaurante, de paredes de vidro e inúmeras plantas e mudas ao seu redor, conta com técnicas de bioconstrução na sua infraestrutura, parecendo estar camuflado com o parque que o circunda, em uma espécie de simbiose entre o ambiente natural e o construído. Os recursos naturais utilizados no restaurante são controlados. A energia, por exemplo, é otimizada pelas paredes de vidro que mantém o espaço sempre iluminado durante o dia. Já os banheiros são secos e a água para lavar as mãos é coletada num reservatório para ser reutilizada mais tarde. A dinâmica da refeição também é bastante diferente dos restaurantes tradicionais. Ao chegar ao local os voluntários explicam aos clientes a estrutura do jantar. A primeira parte destina-se a esclarecer a finalidade do evento, informações sobre o *Guerilla Kitchen* e a forma de contribuição espontânea oferecida pelo comensal. Em seguida, as informações sobre o menu do dia, as regras e, por fim, a indicação das mesas.

Justamente pela característica de obtenção dos ingredientes o menu não é fixo e nunca é divulgado com antecedência, pois os pratos dependem exclusivamente das arrecadações e doações feitas para aquele dia. Isso revela uma ruptura com a ideia mais tradicional dos menus dos restaurantes “a lá carte” em que o comensal já sabe parcialmente o que esperar da refeição devido à estabilidade dos ingredientes que compõem as receitas elaboradas pelos chefs.

Esta nova configuração de menu tem sido chamada de “*table d’hôte*” onde as informações a respeito do que se irá comer dá-se exclusivamente através da estrutura do menu, como no caso do *Guerilla Kitchen* é sempre composto por “*a delicious 3 course vega(taria)n diner*”. Essa tendência por menus abertos e surpresa relaciona-se diretamente com um modelo de culinária sazonal, que possui uma dependência da oferta de ingredientes frescos diariamente. Este recurso utilizado pelos chefs na construção de seus cardápios aponta para a agência dos ingredientes sazonais no centro da proposta gastronômica, indo contra o argumento de que com a globalização dos mercados a sazonalidade deixa de ser determinante para a oferta de produtos nos mercados locais (SPAARGAREN; OORSTERVEER; LOEBER, 2012). Assim como sugere Kopytoff (2008) os ingredientes passam a ter uma trajetória biográfica, ou seja, um bem material possui uma série de biografias econômicas, técnicas e sociais que assumem trajetórias espaciais munidas de significados, desde sua produção até seu destino final. Estas trajetórias dos ingredientes passam a ser mobilizadas pelos chefs e transformadas em discursos, sendo que algumas destas narrativas sobre o que se está cozinhando podem dizer mais do que a própria comida em si (DÓRIA, 2009).

O menu composto por três pratos deve ser retirado pelo cliente na mesa central do restaurante. Ali, além de escolher o prato desejado, é possível optar pela adição ou retirada de algo que o compõe. As mesas são diversas, algumas são coletivas, enquanto outras mais intimistas. O clima é de muita descontração, sendo que os voluntários transitam livremente entre cozinha e salão, mas não exercem a função de garçons. Ao finalizar a refeição, o cliente deve levar seu prato a uma longa mesa com três grandes bacias com água que representam diferentes estágios para higienização do próprio prato. Na primeira bacia deve-se descartar os excessos de sujeira do prato. Na sequência, a segunda contém água com sabão para que se possa limpar o prato. A última é utilizada para enxague do prato, que deve nesta etapa, estar limpo e pronto para ser utilizado novamente por outra pessoa.

Tal prática parece pouco provável de ser executada por um cliente num restaurante tradicional, sendo que tal hipótese é empregada ironicamente quando o indivíduo parece não ter dinheiro para pagar a conta. Todavia, isso diz muito sobre a experiência gastronômica proporcionada durante os jantares. Em primeiro lugar, esta nova prática adicionada a estrutura da refeição, gera um estranhamento dos clientes em face a ruptura da experiência mais convencional de se comer fora de casa. O cliente passa a ter maior interação com o espaço físico do restaurante e demais comensais em diferentes níveis. Aqui, essa forma mais livre de circulação pelos espaços do restaurante, dispensa as famosas restrições de etiqueta social.

Dentre as particularidades do *Guerilla Kitchen*, em contraste com os estabelecimentos alimentares mais convencionais, destaca-se a forma com que o grupo se relaciona com o mercado e como os recursos econômicos arrecadados com os jantares são aplicados. Os jantares promovidos pelo grupo não são gratuitos, mas funcionam através do recebimento de doações inscritas numa política “pague quanto quiser”. A organização e execução dos jantares são realizadas somente por voluntários, enquanto os ingredientes provêm de doações, assim a totalidade da arrecadação é destinada a projetos sociais em que o *Guerilla Kitchen* apoia. Estes esquemas estimulam o envolvimento político individual na vida cotidiana, possibilitando conexões entre os padrões de consumo e as questões político, econômicas, culturais e ecológicas de maneira mais ampla.

Através da experiência do *Guerilla Kitchen*, procuramos delinear o processo de circulação dos ingredientes dentro desta rede amparada e fortalecida pela ideia de “comunidade”. Isto coloca em relevo a noção de compartilhamento ou mais recentemente chamado de economia de compartilhamento. As motivações do *Guerilla Kitchen* pautadas na erradicação do desperdício alimentar parecem criar novos arranjos sociotécnicos que conectam pessoas, lugares, ingredientes e tecnologias. Estes estímulos de mudança de práticas atreladas à comida, bem como a lógica de circulação dos ingredientes que chegam até o grupo através de doações e que são revertidas para projetos sociais configuram a noção de reciprocidade. Partindo da ideia de Marcell Mauss (2003) em seu clássico Ensaio sobre o Dom, a economia de compartilhamento pode ser compreendida como a origem da dádiva, ou em outras palavras, a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir. Essas expressões se traduzem enquanto um capital imaginário atribuído ao doador ou, ainda, a um terceiro elemento gerador de sentido para os indivíduos ou grupos

envolvidos na troca recíproca simétrica, sendo esta a essência que conduz à reciprocidade das dádivas, ou as obrigações de devolvê-las num processo social impulsionado pela honra (MAUSS, 2003).

Nós gostamos de acreditar que de alguma forma estamos contrabalançando o capitalismo, principalmente nós gostamos de dar uma opção acessível para todo mundo ter uma bela refeição fora de casa. Nós não acreditamos que você precisa de dinheiro para ter uma vida feliz, nós acreditamos na comunidade (Entrevista Elise, membro *Guerilla Kitchen*).

As estratégias do *Guerilla Kitchen* denotam um campo da gastronomia onde formas criativas de organização que subvertem os espaços alimentares mais tradicionais. Experiências como esta abordam estratégias distintas utilizadas para conectar pessoas, lugares, ingredientes, receitas e tecnologias que configuram novas práticas impulsionadas por outras relações de troca que não aquelas exclusivamente econômicas. Ao mobilizar a noção de dádiva para explicar o caso do *Guerilla Kitchen* reside em dar o suporte teórico para uma melhor compreensão da diversidade de novas práticas e narrativas alternativas às economias de mercado, entretanto esta não foi nossa tarefa principal. Outras formas de engajamento político com sustentabilidade permeiam o universo dos restaurantes, conforme trataremos a seguir.

### **2.2.2 Manifestos políticos de chefs**

Os manifestos e as cartas públicas são importantes fontes para nossa análise por duas razões principais. Em primeiro lugar porque elas sintetizam os princípios e normatividades de conduta para os cozinheiros onde são determinadas as condições de existência de um tipo de culinária muito particular. Estes documentos funcionam como acordos dentre os quais os chefs assumem compromissos de ação e que configuram as associações entre os atores que estudamos. Em segundo lugar, os manifestos são recursos que nos ajudam a contextualizar como ocorre o processo de construção e legitimação da sustentabilidade dentro destes grupos. Isto quer dizer que, dentro do nosso universo de pesquisa, os chefs estão em constante disputa para definir os seus contextos culinários de acordo com interesses próprios. Deste modo quando os chefs se reúnem

em grupos para expressar seu engajamento mediante a elaboração destes textos, eles constroem e compartilham suas alegações sobre gastronomia e sustentabilidade. Sendo assim, os manifestos serão tratados aqui como uma das formas de contextualização produzidas pelos diferentes chefs, de modo a trazer a evidência como os atores definem seu universo próprio.

Talvez um dos primeiros manifestos públicos ligados a gastronomia e endossados por chefs tenha sido o Slow Food. Já em 1989, representantes de 15 países assinaram o manifesto lançando um movimento com origem na Itália, que se propunha ir contra o ritmo de vida acelerado da modernidade através da valorização do prazer a mesa e na convivialidade, estimulando novas relações com os alimentos e meio ambiente. Assim os ingredientes e a cozinha passam a ser um espaço de contestação política ao regime alimentar dominante. O excerto do manifesto transcrito abaixo, ilustra como os princípios gerais do grupo são apresentados:

Appropriately, we will start in the kitchen, with Slow Food. To escape the tediousness of "fast-food", let us rediscover the rich varieties and aromas of local cuisines. [...] In the name of productivity, the 'fast life' has changed our lifestyle and now threatens our environment and our land (and city) scapes. Slow Food is the alternative, the avant-garde's riposte (MANIFESTO SLOW FOOD, 1989).

Ao longo de quase 30 anos de existência, o *Slow Food* foi incentivador de inúmeros outros projetos e documentos oficiais com o objetivo de estimular ações políticas de engajamento com a sustentabilidade de diferentes formas. Para citarmos somente alguns deles: Manifesto *Slow Food* pela Educação (2010); A centralidade do alimento (2012); Acordo Jokkmokk Terra Madre (2011); Declaração de Puebla (2007); Manifesto em Defesa dos Queijos Crus (2001); Manifesto do *Slow Food* para a Qualidade (2007); Manifesto Sobre o Futuro da Alimentação (2004). Estes documentos são importantes pois eles conectam diferentes atores com interesses em comum, onde a sustentabilidade passa a compor os pilares que conduzem estratégias de ação. Deste modo, os manifestos são uma forma de conectar pessoas, lugares e alimentos e tem como característica, superar barreiras geográficas.

Alvarenga (2015) apontou ao estudar o caso do *Slow Food*, desde a sociologia, que a filosofia do movimento baseado no alimento “bom, limpo e justo” se constituiu de forma difusa, criando novas institucionalidades que orientam as práticas alimentares e que dão sentido ao engajamento dos indivíduos. Essa lógica baseada na centralidade do alimento busca romper com a ideia de um consumo elitista e uma culinária requintada (embora isto seja ainda muito questionável), mas ao contrário, o movimento passa a estimular novas possibilidades de consumos com base em práticas de empreendedorismo ligados a enogastronomia. Isso pode ser observado no trecho abaixo:

Quantos são os companheiros que neste último ano, depois da experiência política nas fábricas e nos sindicatos, quiseram entrar para o fascinante e socializante mundo dos restaurantes abrindo osteria, trattoria e enoteca. Muitos, indubitavelmente, muitos [...] outros foram amadurecidos profissionalmente criando uma simpática rede de lugares onde a gastronomia é vivenciada sem os floreios e a prosopopeia de certos locais de alta linhagem (PADOVANI; PETRINI, 2005, p. 26, tradução nossa).

A tarefa desta seção não é estudar profundamente as bases do movimento *Slow Food*<sup>11</sup>, mas sim trazer sua importância histórica como percursos para uma dimensão política dos restaurantes como espaços críticos ao modelo alimentar dominante e sua característica educativa no tocante aos consumidores. Dentro destas tendências, nosso objetivo é dar um enfoque central sustentabilidade, e mostrar seus manifestos como um dos mecanismos de engajamento de outros chefs e restaurantes.

O caso Holandês é bastante paradigmático para mostrar a importância dos manifestos para a construção de uma cozinha nacional. A Holanda é um país que nunca foi mundialmente reconhecida por ter uma culinária autoral, ao contrário, o país é bastante aberto a gastronomia internacional, com fortes influências de países como Indonésia e Suriname, que no passado foram suas colônias. O investimento no fortalecimento numa identidade gastronômica holandesa de projeção tanto a nível nacional quanto internacional, é um projeto recente, chamado de *Dutch Cuisine*. Este é um projeto coletivo, impulsionado por

---

<sup>11</sup> Mais em Alvarenga (2015) e Petrini (2009)

um movimento que se articulam com outras esferas de identidade nacional (moda, design, arquitetura) que busca identificar características típicas do país e traduzir estes aspectos da cultura em produtos e serviços. Por outro lado, a Holanda é um país de longa tradição no investimento público e privado em sustentabilidade em sua infraestrutura. Desde projetos ligados a gestão de recursos hídricos até as emblemáticas bicicletas holandesas, o país tem forte ligação com a questão sustentabilidade e modos de vida mais harmônicos no que concerne o uso dos recursos naturais que fazem parte do dia a dia da população. Isto não fica de fora quando a construção de culinária nacional entra em cena. O texto abaixo retirado no manifesto da *Dutch Cuisine* exemplifica essa vertente de maneira bastante clara:

Placing the Dutch food culture on the map in a firm and sustainable manner is something that cannot be done alone – it takes collaboration; for instance with chefs and restaurants. But also with other individuals and organisations who influence our eating habits; from manufacturers to wholesale suppliers, and from policymakers to consumers. This diversity is reflected in the composition of the management, and among the ambassadors of Dutch Cuisine, but also in partnerships such as Green Deal, Eten op School (Food at School), and the Green Protein Alliance. It is solely by joining forces and entering into partnerships within all the links of the food chain, that we can genuinely optimise the sustainability of our food consumption (DUTCH CUISINE, 2018).

O trecho acima elucida alguns aspectos importantes, que como já mencionamos, fazem parte da natureza desta versão de gastronomia sustentável. O primeiro deles é a sustentabilidade, que aparece no manifesto como predicado direto ao termo *Dutch Cuisine*. Ser sustentável é uma pré-disposição, ou ontonomia, para sua própria existência. Outro aspecto relevante é de que para colocar a *Dutch Cuisine* de maneira sustentável no mapa, é uma tarefa que não pode ser feita sozinha, é necessário uma série de atores (especialmente chefs e restaurantes) aliados a uma série de alianças e parcerias com outros atores que possuam alguma influência nos hábitos alimentares para garantia do seu sucesso.

A ideia de somar forças para a construção de uma cozinha sustentável, remonta o conceito de rede de maneira muito clara e direta.

A *Dutch Cuisine* nasce com um forte apelo de mudança na forma de comer, esquematizado dentro de um programa de expansão bastante organizado e com planos de ação claros. Para colocar em prática seus objetivos de fortalecimento a longo prazo, a rede estabeleceu quatro programas integrados de ação: indústria de *catering*, cultura, saúde e educação. Essa centralidade na ideia de uma mudança de comportamento, envolve igualmente “agentes para mudança”, e estes agentes são os chefs - atuais e do futuro. Sendo assim, aqui, o manifesto possui uma função distinta, consistindo como um importante mecanismo mediador que serve para manter os objetivos claros nas associações dos chefs nesta rede, bem como para sua expansão e conseqüente mudança nas formas de cozinhar.

Outro importante documento, é a Carta aberta para os novos cozinheiros, que foi lançada no Festival Mistura em 2011 e assinada pelo grupo G11, grupo de importantes cozinheiros que já apresentamos na introdução. A carta é um conselho aos cozinheiros do futuro de como agir em busca de uma culinária mais sustentável:

Eres el resultado de la cultura, por ello, eres heredero de un legado de sabores, costumbres gastronómicas y técnicas de cocina. Pero tienes la posibilidad de no ser un cocinero pasivo, porque a través de tu propia cocina, tu ética y tus conceptos estéticos, puedes contribuir a la cultura y a la identidad de un pueblo, región o país, mientras sirves también como un puente importante con otras culturas. Ejerces una profesión que tiene el poder de influir en el desarrollo socioeconómico de otros. Puedes generar una gran actividad económica promoviendo la exportación de productos de tu país hacia el mundo mientras atraes turistas hacia tu tierra. Además, colaborando con productores locales y utilizando prácticas económicas justas, puedes generar riqueza local sostenible y fortaleces económicamente tu comunidad (CARTA ABIERTA A LOS NUEVOS COCINEROS, 2011).

Quisemos mostrar com estes excertos de manifestos, como as diferentes redes na gastronomia se articulam utilizando estes documentos como uma forma de delimitar claramente seus objetivos e suas formas de

agir na gastronomia. Aliados com outras estratégias de ação, os manifestos operam como contratos que criam vínculos entre os atores das redes e como ferramentas educativas de transformação para novas e diferentes formas de cozinhar que dialogam com novos códigos éticos e sustentabilidade.

## **CAPÍTULO 3 - FAZENDO UMA GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL: CUISINE, CHEF RESTAURANTE**

Neste capítulo nosso objetivo é mostrar como uma versão da gastronomia ligada a sustentabilidade é feita. Por isso, escolhemos categorias conhecidas no universo da gastronomia, que nos serviram de porta de entrada para pensar como ocorrem estas transformações. Deste modo estudamos a construção do fenômeno em diferentes momentos em que ele é fabricado: pela *cuisine*, pelo chef e restaurante. Ao desconstruir estas categorias já bastante estabilizadas na gastronomia, identificamos uma série rupturas com modelos mais tradicionais presente no campo.

Ao estudar a *cuisine* buscamos entender quais são as principais características em sua versão sustentável e que o lhe dá uma configuração própria. Agrupamos as práticas culinárias dentro 5 dimensões principais: ingrediente (materialidade), sazonalidade, inovação, colaboração/compartilhamento e educação. Estes são atributos valorativos de um tipo de culinária que estão em constante tensão entre si e podendo em determinados momentos coexistir ou aparecer em diferentes níveis de intensidade de acordo com os restaurantes que estudamos.

Ao pesquisar o papel do chef enquanto ator central, analisou-se como a sustentabilidade influência em suas práticas culinárias cotidianas. Identificamos 4 tipos ideais de chefs que atuam de diferentes formas quando a sustentabilidade passa a ser um elemento ativo no seu estilo culinário: celebridade, local, *hype* e radical.

Por último, observamos o restaurante enquanto instituição alimentar contemporânea e as transformações destes estabelecimentos alimentares, problematizando as novas infraestruturas que permearam o trabalho de campo.

### **3.1 - CONSTRUINDO UMA CUISINE SUSTENTÁVEL**

#### **3.1.1 - Uma breve história da gastronomia**

Para pensar as transformações na gastronomia contemporânea, é necessário voltar a literatura que tratou sobre tema. Muitos são as pesquisas que ocuparam-se de estudar uma dimensão histórica da gastronomia e culinária (MENNELL, 1985; COLLAÇO, 2013; BUENO, 2016). Uma das possíveis origens, remonta que a alta cozinha (do francês

*haute cuisine*) ou cozinha culta se consolidou na corte francesa no século 17 e representa uma das expressões do processo civilizador. A grande diferença entre alta cozinha para as cozinhas populares é de que esta última é marcada pela tradição oral e flexível, enquanto a cozinha culta teve minuciosa sistematização de receitas, técnicas e um conjunto de regras que ganhou ampla difusão internacional tendo como a França como epicentro (BUENO, 2016). Até o final do século 18, a alta cozinha ainda era associada à aristocracia, e somente após este período, a cozinha francesa passa a ter um papel relevante como um marcador da identidade nacional do país.

A gastronomia baseou-se em um nexo de condições sociais, econômicas e culturais que passou a conectar alimentos, produtores e consumidores em um conjunto de entendimentos comuns. Este modelo compreende inúmeras formas de cozinhar, por um grupo específico de profissionais (chefs), num lugar próprio (restaurante), apoiado por consumidores/comedores (*diners*) (FERGUSON, 1998). A gastronomia francesa cria um modo de cozinhar que tem uma cosmologia própria através de forças que operaram para agregar estes atores (comida, pessoas, lugares, ideias e atitudes). Essa cosmologia é composta por uma série de normatividades e rituais para a prática culinária que vão desde receitas, técnicas, o lugar do restaurante, as roupas próprias chamadas de Dólmã e Toque, etiqueta a mesa, dentre outros, que dão a ela uma configuração específica.

A gastronomia tem seu início na França no século 19 e vem a público para caracterizar um novo tipo de consumo de boa comida e bebida. Historicamente, alguns chefs tiveram importante destaque para a construção da gastronomia enquanto uma sistematização racional, sendo que para alguns, pode transitar entre ciência e arte. Antonin Carême, também conhecido como o cozinheiro dos reis (Kelly, 2005), foi um dos grandes mestres da culinária francesa e teve importante contribuição para a história da gastronomia. Carême foi o cozinheiro da mais alta realeza na França, Inglaterra e Rússia, cozinhando para nomes como Napoleão Bonaparte e Czar Alexandre. Sua importância na história da gastronomia se deu em muitos aspectos. Carême não só foi o responsável pelo desenvolvimento de muitas das técnicas e receitas tradicionais da culinária francesa, como também criou a estrutura do cardápio conhecido como serviço russo, onde o comensal recebe um prato de cada vez, começando pela entrada, seguido dos pratos principais e sobremesa. Antes dele, todos os pratos eram dispostos num grande bufê. O chef também criou a “toque”, tradicional chapéu branco usado como uniforme

dos chefs. Sua curiosidade pelas artes e arquitetura também contribuiu para o desenvolvimento de pratos que chamavam a atenção para uma dimensão estética da gastronomia. Carême foi responsável por sistematizar grande conhecimento numa coleção de cinco volumes sobre a gastronomia francesa pós-revolução conhecida por *L'art de la cuisine française au XIX* (1833). Os acontecimentos econômicos e políticos da Revolução Francesa também tiveram grande impacto na gastronomia, de modo que as lutas por mudanças nos valores e nos gostos da sociedade da época era refletida também no desejo de transformações na gastronomia (BESSA, 2015).

A expansão desta *haute cuisine* se dá após a Revolução Francesa com o surgimento dos restaurantes e cafés. Estes estabelecimentos são produto da crise da aristocracia e a ascensão burguesa, onde os cozinheiros que perderam seus postos dentro da corte, passam a cozinhar para a nova classe que valorizava o modo de vida da realeza francesa. Até o ano de 1789, o número de restaurantes na capital francesa era menos de 100. Já em 1804, estima-se a existência de 500 a 600 restaurantes. Já por volta de 1834, o número já era em torno de 2.000 restaurantes (DROUARD, 2007).

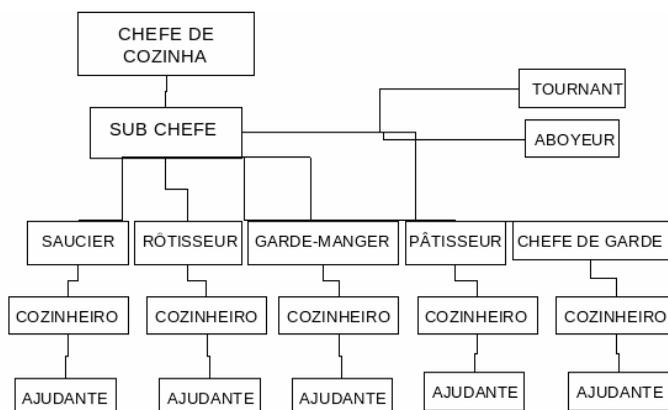
O termo gastronomia foi popularizado a partir da obra clássica “Fisiologia do Gosto” de Brillat-Savarin (1825). Neste livro, o autor coloca a boca como um laboratório humano e define os parâmetros do bem comer e beber enfatizando a centralidade da gastronomia na vida social. A importância do surgimento do mercado editorial gastronômico, como o jornalismo, literatura e livros de culinária e trabalhos de filosofia política, também auxiliaram no estabelecimento da gastronomia (BUENO, 2016).

Outro fator que colaborou para a afirmação da gastronomia foram os críticos especializados, como Brillat-Savarin e Grimod de la Reynière que através de seus livros (A fisiologia do gosto e Almanaque *Gourmet*, respectivamente) e concursos avaliativos como os júris de degustação, criaram uma relação de proximidade entre chefs e os consumidores (FERGUSON, 2004).

Em 1900 surge o guia *Michelin* com o objetivo de estimular o mercado automobilístico através do “guia vermelho”. O guia oferecia dentre muitas dicas aos motoristas, os principais restaurantes ao longo das rodovias francesas com uma simbologia e sistema de julgamento próprio de avaliação da qualidade dos restaurantes, e que posteriormente transformaram-se nas famosas estrelas. Ainda na primeira metade do século XX, Auguste Escoffier, também chamado de o “Imperador das

cozinhas do mundo”, foi outro nome de destaque na popularização da gastronomia e precursor da cozinha profissional como é configurada na atualidade. Contemporâneo de Henry Ford, Escoffier aplica as ideias de produção em série na cozinha dos restaurantes através das Brigadas de Cozinha, que nada mais é que um sistema de especialização que setoriza a produção de modo que cada subchef estivesse encarregado de desempenhar determinada parte da receita. Este modelo visa além da perfeição da execução dos pratos, impulsionar os lucros de acordo com a divisão do trabalho.

**Figura 10 - Organograma de Escoffier**



Fonte: Escoffier (2013)

Foi a partir da década de 1960, com o momento político de contestação na França e o surgimento do movimento ambientalista, que a *Nouvelle Cuisine* surgiu com o intuito de questionar das bases tradicionais da gastronomia francesa. O novo movimento passa a substituir ingredientes como a farinha de trigo, manteiga e creme de leite, para o uso de produtos frescos e locais. Este momento foi de extrema importância para uma redefinição dos paradigmas alimentares baseados na simplicidade e minimalismo, através da valorização de ingredientes, produtos frescos, cardápios mais enxutos e receitas de *terroir*, trazendo a ideia do “saudável” (STEINBERGUER, 2009).

A partir da década de 1980, ocorre um deslocamento dos grandes chefs franceses formados pela *nouvelle cuisine* para outros países do Ocidente e Oriente, ocupando lugares privilegiados nos principais restaurantes europeus, asiáticos e americanos. Este deslocamento foi

responsável por conferir à tradição francesa moderna ainda maior relevância dentro do universo gastronômico. Steinberguer (2009) argumenta que a partir deste período, a figura do chef também se modifica, e para além de cozinheiro, também passa a ser empresário, celebridade, formador de opinião e ativista político.

Ainda no mesmo período, a chef americana Alice Waters, após voltar de seus estudos em gastronomia na França funda nos Estados Unidos o movimento chamado *Locavore*, neologismo que vem da fusão da palavra local + o sufixo *vore* – comer. O movimento liderado por chefs e restaurantes tem como filosofia culinária elaborar um cardápio fresco em sua forma mais “natural” possível. Estas práticas têm como objetivo impulsionar a economia e desenvolvimento local, evitar emissão de CO2 durante o transporte de alimentos e estimular relações estreitas entre produtores e consumidores. Já na década de 1980, surge na Itália o *Slow Food*, importante movimento social cuja proposta reivindica o prazer e ao convívio alimentar em oposição ao *fast-food*. O contexto sociopolítico do seu surgimento era de crise e novas abordagens de ação política. Deste modo, o grupo questionava os valores e princípios de consumo e individualismo através de mobilizações em torno de temas como como ecologia, agricultura e ética na política (NASCIMENTO, 2014).

Outro importante marco ocorre na década de 1990, quando o físico-químico Hervé This foi responsável por realizar uma série de conferências discutindo os processos químicos e físicos na manipulação culinária, chamando a atenção para utilização do conhecimento científico aplicado à gastronomia. Este tipo de culinária ficou conhecida como gastronomia molecular e o maior expoente deste movimento é Ferran Adrià, chef do renomado restaurante espanhol “*El Bulli*”<sup>12</sup>. Adrià revolucionou as técnicas, utensílios, texturas, sabores e estética culinária através da utilização de artefatos científicos, como o nitrogênio líquido, por exemplo, na construção de seus pratos. Em 2008 o *El Bulli* foi considerado pelo terceiro ano consecutivo o melhor restaurante do mundo pela revista *Restaurant Magazine Awards*, e isto fez com seu menu degustação de Adrià no valor de 200 euros, recebesse 2 milhões de pedidos de reserva para uma capacidade anual de 8000 lugares (SOLIER, 2010). A partir de então, Adrià tornou-se o chef de maior influência no cenário gastronômico mundial, tornando-se uma verdadeira celebridade e influenciando mudanças nos parâmetros de avaliação no universo

---

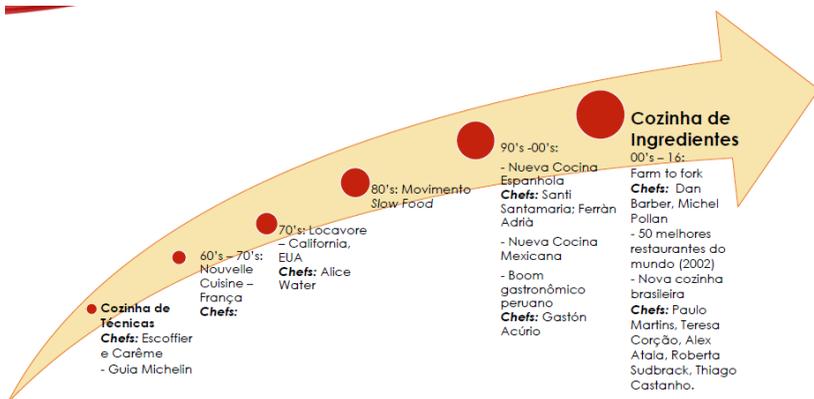
<sup>12</sup> - O restaurante está fechado desde 2011 e tem previsão de reabertura em 2016. O *El Bulli* 1846 será uma espécie de laboratório de pesquisa gastronômica destinada à formação de chefs da *Haute Cuisine*.

gastronômico. Neste âmbito, inovação e criatividade passam ser elementos distintivos fundamentais para a gastronomia.

Na América Latina, a gastronomia também passa a ter uma orientação política. No México, a cozinha nacional passa a ser reconhecida como Patrimônio Imaterial da Humanidade pela UNESCO em 2010. A cozinha mexicana passa a investir na sua culinária através de uma Política de Fomento a Gastronomia Nacional, direcionando ações administrativas, educacionais e financeiras para resgatar e promover a culinária mexicana, compreendendo atividades agrárias, culturais e de conhecimentos tradicionais. Em 2007, é criada no Peru a Associação Peruana de Gastronomia – APEGA, que utiliza a gastronomia como ferramenta para desenvolvimento rural. Dentre suas principais iniciativas estão o Festival Mistura, o mais importante evento ligado a gastronomia da América Latina; e o projeto Alianza Cocinero-Campesino, que fomenta canais de comercialização direta entre produtores e consumidores, como o Grand Mercado, por exemplo (ZANETTI, 2016).

Em 2010, também surge na Espanha o grupo G11, já mencionado anteriormente. Este grupo, que nasce por incentivo do *Basque Culinary Center*, uma das mais importantes escolas de chefs do mundo, reúne-se anualmente em diferentes países para discutir temas transversais a culinária e alimentação.

**Figura 11 - Linha do tempo: Da cozinha de técnicas à cozinha de ingredientes**



Fonte: Zanetti (2016).

Este breve histórico sobre a gastronomia nos dá alguns *insights* para pensar o estabelecimento da gastronomia ocidental de tradição francesa e nos auxilia na compreensão de como este campo vem se constituindo e se transformando ao longo do último século. Como se pode notar, alguns chefs ganham maior destaque, como caso de Carême, Escoffier e Ferran Adrià, por fazerem grandes modificações culinárias. Estas modificações passam a influenciar gerações de chefs, agindo como marcos históricos de seu tempo. Com objetivo de mostrar as principais modificações ocorridas nos últimos anos tendo a sustentabilidade como foco central, destacaremos alguns pontos que nos servem como base para problematização na seção seguinte.

### **3.1.2 - Construindo *cuisines* sustentáveis**

Ao iniciar o trabalho de campo e a realização das entrevistas, uma das questões que ainda trazia muitas dúvidas era: afinal de contas, como definir o tipo de *cuisine* performada por esses chefs e como criar uma definição para ela. Ao escolher um restaurante, o estilo culinário costuma ser uma informação facilmente verificável, como por exemplo, um restaurante francês, tailandês, vegetariano ou *fast-food*, assim por diante. Todas essas caracterizações dizem muito sobre o tipo de comida que se pode esperar para a refeição fora de casa, mas no caso dessa de pesquisa, entendia-se que as práticas de sustentabilidade eram algo que perpassavam definições estreitas de *cuisines*, podendo estar presentes em todos os restaurantes citados acima, de diferentes formas e intensidades. Então o primeiro passo foi perguntar para os próprios chefs como eles definiriam seu tipo de *cuisine*.

Ao fazer esta pergunta, a hipótese consistia que a questão da sustentabilidade iria aparecer de forma muito direta, ou seja, esperava-se que eles se auto definissem adicionando o predicado de “sustentável”, configurando um tipo de culinária *sui generis*. Ao contrário do que se esperava, não foi bem assim que o processo ocorreu. Após as entrevistas, percebeu-se algo importante. Estamos analisando um fato em construção, ou seja, um tipo de culinária que está sendo montada, organizada, que vincula diferentes atores que estão em constante disputa pela construção de um universo próprio. Essa culinária é revista permanentemente e soluções criativas são elaboradas para lidar com a sustentabilidade no dia-a-dia dos restaurantes. Portanto a tarefa não está em criar uma definição estrita para este tipo de culinária. Ao invés disso, chamamos a atenção

para como ela está sendo construída e quais os elementos são ativados quando a questão da sustentabilidade entra em cena. Identificamos 5 grandes áreas principais que dão forma a este tipo de gastronomia sustentável: Ingrediente, Sazonalidade, Inovação, Compartilhamento/Colaboração e Educação. Devido a abrangência do campo e do objeto de estudo, elencamos características identificadas como as mais relevantes durante a pesquisa e criou-se um tipo ideal (WEBER, 1979) de gastronomia sustentável.

Vamos analisar três curtos trechos de nossas entrevistas, oferecidos por diferentes chefs em diferentes países:

Especially in the last year, I would not say the cuisine keeps changing, but the way we think about it keeps changing and how we approach it, and the more and more we have come along this path we chose to go, with being sustainable and responsible, the more and more that I call by products of what we cook. [...] So the bio products that we are producing are really affecting our creativity. So, let's say, if I have to define it, I would say it is very kind of natural, responsible cooking, where we not really paid for respect to the product, but we paid for respect to the bio products of that product, respect for the product as a whole (Restaurante Amass) .

Creative and varied Brazilian cuisine, focused on the ingredients. (Restaurante Bio).

My cuisine is concrete, concerned about the product. I start in the product and develop a recipe, based to [...] pronounce the taste, on the element. If [...] I decide to build a plate around an aubergine, the aubergine is the main ingredient that you have to think first (Restaurante Brace).

Nossos entrevistados caracterizam seus tipos de cozinha de maneiras diferentes, mas com elementos em comum. Como podemos observar nos três casos citados, o elemento central que conecta as narrativas é a valorização dos ingredientes. Este fato já foi observado por Zanetti (2016) ao estudar chefs no Brasil e Peru, numa perspectiva interdisciplinar, que qualificou este movimento culinário de “cozinha de ingrediente”. Aqui, utilizaremos a noção de cozinha de **ingrediente** como

uma das características que os chefs utilizam para construir suas práticas culinárias e não para qualificar o grupo como um todo.

Os chefs nos aproximam aqui, da terceira fonte de incerteza de Latour (2005), que afirma que os objetos também têm capacidade de agência. Isso quer dizer que os ingredientes são elementos ativos da ação, por isso devem ser considerados como atores. Sendo assim a ação social pode “ser deslocada e delegada a outros tipos de atores que são capazes de transportar esta ação de outros modos e com forças completamente distintas” (LATOURE, 2005, p.115). Retomando o caso das formigas de Alex Atála, demonstrou-se como os ingredientes são performados de novas maneiras ao longo das práticas, e como estes ingredientes são mediadores que traduzem algo. Ao acessar o *website*<sup>13</sup> do restaurante D.O.M, depara-se com a fotografia da formiga e o seguinte trecho:

Tradição alimentar em algumas etnias indígenas da região amazônica, especialmente entre os Baniwas, a utilização de formigas como ingrediente tem sido profundamente estudada pelo chef Alex Atála e vem surpreendendo chefs e críticos gastronômicos de vários países.

Quando colocadas no topo do prato, a formiga enquanto ingrediente selvagem oferece a tradução realizada pelo chef da Amazônia, dos Baniwas e do Brasil. Juntamente com uma seleção de outros ingredientes genuinamente brasileiros, o chef mostra aos críticos e chefs de todo o mundo o sabor do Brasil. Ainda no mesmo *website*, os ingredientes brasileiros são apresentados na seção “por trás do sabor”, e estão dispostos em cima do mapa do Brasil de acordo com sua região de origem, e quando acessados, os ingredientes revelam informações sobre a região de procedência, sobre o ingrediente e sobre as etnias que o utilizam. Quando se trata de sabor, os chefs criam uma *commodity ecumene* (APADDURAI, 2006), ou seja, uma rede transcultural que une produtores, distribuidores, consumidores de uma mercadoria. Conforme a narrativa acima, a radiche, o feijão Polonês ou ainda a formiga são mediadores que traduzem algo.

A centralidade do ingrediente na gastronomia é um fenômeno interessante e que transforma a lógica da gastronomia de tradição francesa até então. Conforme mostramos na figura 11, a transição da centralidade

---

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.domrestaurante.com.br>. Acesso em 12 de janeiro de 2018.

na técnica para o ingrediente reorganiza as práticas culinárias de maneira muito radical. Vejamos o esquema abaixo:

**Figura 12 - Da técnica para o ingrediente**



Fonte: Elaboração da autora

O esquema acima sintetiza o deslocamento da centralidade das técnicas para os ingredientes ao longo do tempo, e essa virada reorganiza a culinária que nos conduz a próxima característica desta versão sustentável da gastronomia. No passado, como mencionado na secção anterior, um chef iniciava o seu processo de elaboração principalmente com base nas tradicionais técnicas francesas. Uma vez definida as técnicas a serem utilizadas, o próximo passo era escolher as receitas que poderiam ser executadas com excelência utilizando tais técnicas. Em seguida, o chef buscava os ingredientes responsáveis por conferir a explosão de sabor da receita.

We just wanted to use the best products as possible. Products are just general in the dining scene, something that is important now, before was technique. You could do the coolest thing, make a bubble of pure as this big and then you pop and then you eat it, but the technique was the focus before, but now its ingredients (Restaurante Amass).

No caso estudado, a cozinha de ingrediente tem seu começo de forma inversa. Todo o processo culinário tem seu início no ingrediente.

O ingrediente surge em primeiro plano pois o chef assume a sazonalidade como fonte de sabor. A **sazonalidade** é a segunda característica principal deste tipo de culinário. Ao contrário do que ocorria no passado, os chefs não adquirem mais os ingredientes utilizando os critérios de menus fixos e receitas. O menu é criado com base nos ingredientes mais frescos da estação. Este elemento gera uma incerteza no que irá estar disponível (condições climáticas, solo, etc.) para aquela temporada. Por esta razão, os restaurantes passam a ter menus mais flexíveis, semanais ou diários<sup>14</sup>. Uma vez que o ingrediente é definido, o chef precisa aplicar as técnicas que podem potencializar o sabor original deste ingrediente, e, por fim, criar sua própria versão da receita. Quando o ponto inicial é o ingrediente e a sazonalidade é o fator que melhor define sabor, e uma dimensão espaço-temporal passa a orientar a escolha dos chefs e o rumo do processo culinário.

A ideia de sabor para estes chefs consiste em trazer à tona a naturalidade dos ingredientes, onde a culinária reforça a identificação como algo natural. Para isso, os chefs precisam necessariamente respeitar as estações no ano e privilegiar o local, que são muito diferentes nos países em que estudamos. Os chefs passam a construir uma ideia de sabor baseado nestes atributos, ao mesmo tempo em que passam a deixar de usar uma série de ingredientes (não locais, congelados, processados). As estações do ano e o ciclo natural dos ingredientes devem ser levados em conta para se ter ingredientes com virtudes naturais mais saborosas. Portanto, o sabor é parte do que é construído pelos chefs, e que é identificado por eles como algo natural. Chamamos este processo de natureza comestível. No trecho abaixo, um de nossos entrevistados fala sobre a relação sazonal com o ingrediente:

(Falando sobre como pedir o ingrediente para o agricultor) If you promise me that, you will give me stuff that is at the high of the season for taste. When I say high I mean like, if a radish is in season for three months, there is like three weeks when their radish is like, the best it should be within that three months. So the season within the season and I said to them: "If you promise me to give me the

---

<sup>14</sup> Os menus geralmente são chamados de Menu Degustação (pequenas porções de pratos escolhidos pelos chefs) ou menus de preços fixos, que servem 3 a 7 pratos, geralmente, dependendo da escolha dos clientes. Nestes casos as escolhas do menu são reduzidas, ou ainda podem ser surpresas de acordo com a seleção de ingredientes do dia

radishes or whatever vegetable at the peak of their season, then I will take as little as much as you can give me and I don't care about the size. We are all chefs here, we can, we should go to take something that is so delicious and turn it into something, so, like I said, it was a struggle in the beginning, but it is really, it is more like 4 years into it now and all the farmers know this and they have developed the system tour with us like this and the coolest that came out of this was that a lot of farmers do experimental crops for the next season so they grow 10 kilos of some really rare bean that only exists in Poland or something. I have 10 kilos of this incredible bean, but no one would take it because it is only 10 kilos and it would last like one day or two days in a restaurant, so... I would take it, would put it additional in the menu for 2, 3 days, and then would change it, just so we can use the best possible product that is. I figured out that, to use the best products, you have to be flexible in the menu, because the best products come and go really quickly. See, you have just a moment to grab them and then they are gone. Keep using the same product but it is not going to be as good as it was for those 3 or 4 weeks (Restaurante Amass).

O trecho acima deixa claro a relação ingrediente/sazonalidade, que é fundamental para mostrar quais são os critérios para a seleção dos ingredientes naturais, que envolvem a relação direta com os produtores e/ou com a produção do ingrediente. Assim, ao modificar o tipo de característica valorizada nos ingredientes, muda-se o entendimento do que é sabor. Neste sentido, nosso entrevistado aponta que a escolha por ingredientes sazonais diz muito mais sobre sabor do que por razões de sustentabilidade. Todavia, este novo entendimento que coloca natural e sabor como coisas confluentes, não é dissociado da ideia de sustentabilidade, ao contrário, ela se constrói intimamente amparado nestes pilares. A dimensão temporal dos ingredientes é tão importante que outra categoria surge “a sazonalidade dentro da sazonalidade”, ou seja, os ingredientes possuem um tempo específico dentro de cada estação em que seu sabor é mais pronunciado, e cabe ao chef e ao agricultor identificar quando é o ápice do seu sabor. Deste modo os chefs instituem novos prazos de validade para os ingredientes, altamente técnicos e intimamente ligados ao seu sabor, gerando novas expertises.

A sazonalidade também traz consigo uma dimensão espacial. A dimensão local entra em cena em pelo menos dois aspectos interessantes. A primeira delas tem a ver com sabor. Quando se busca utilizar o ingrediente que carregue consigo o ápice de sabor, isso implica em que ele demore o menor tempo possível para chegar a mesa. Essa é uma das razões pelas quais os chefs passam a ter estufas e hortas em seus restaurantes, justamente para que possam ser colhidos e servidos no menor tempo possível, e para que possam carregar e manter o seu sabor mais fresco. Esse sabor é muito diferente de um ingrediente que foi colhido no Brasil e precisa viajar por alguns dias, ser armazenado na geladeira, até para que possa finalmente ser consumido na mesa de algum restaurante em Nova York. Daí surge a necessidade de criar-se novos arranjos locais, que se constituem enquanto sistemas de circulação de ingredientes que conecta diferentes atores cujo o chef é a figura central. Zanetti (2016) chamou modelo semelhante de cadeias gastronômicas curtas chefcêtricas, atribuindo características de formação horizontal e híbrida, organizada entre atores tendo o chef como elo central.

A segunda dimensão, despertada pelo local, viabiliza uma série de medidas relacionadas a sustentabilidade e que são cada vez mais valorizadas pelos restaurantes. Redução da pegada ecológica, estímulo a produção e a economia local, fortalecimento da comunidade, preservação da agrobiodiversidade local e resgate e reinvenção de tradições, são alguns dos elementos que apareceram em nossas entrevistas conectando a sustentabilidade com o local. Assim, estas implicações que dão destaque a questão da sazonalidade, levam de forma indireta a sustentabilidade e a redefinam categorias e práticas fundamentais dentro do que significa “ser chef” e sua capacidade de agir.

O próximo elemento de destaque é a **inovação**. Uma das ideias centrais nos estudos sobre modernização ecológica (SPAARGAREN; MOL, 1992), consiste em pensar as inovações como parte de um esquema de estratégias para mitigação da degradação ambiental na sociedade. Esta corrente considera as inovações um dos caminhos para redirecionar a produção ligada a objetivos ambientais desvinculando da ideia de crescimento econômico a degradação ambiental. Soluções inovadoras e dinâmicas para lidar com a sustentabilidade dentro dos restaurantes têm sido criadas e incorporadas as práticas culinárias, assim como esses sistemas criativos de experimentações são melhores aceitos tanto no mercado da gastronomia (críticos, prêmios, chefs e restaurantes) quanto pelos clientes. Sendo assim, os chefs aparecem como atores potenciais dotados de capacidades inovadoras para transformar práticas dentro da

gastronomia. Para mostrar como estas inovações acontecem, vamos mostrar interessantes particularidades do restaurante brasileiro A Casa do Porco Bar localizado em São Paulo. Este exemplo é paradigmático, pois a carne não é um ingrediente facilmente associado a sustentabilidade, devido principalmente ao argumento de que sua produção causa grande impacto ambiental.

O chef Jeferson Rueda tem sido aclamado pela crítica especializada como uma revelação no ano de 2017, estrelando a 24<sup>o</sup> posição na versão Latino Americana da lista *50 World's Best Restaurants*, além de receber elogios públicos e visitas de Ferran Adrià. Em seu restaurante, de clima despojado e pratos altamente criativos, a cozinha é apresentada como “Porco em todas as suas formas”. Rueda começou a carreira como açougueiro, e teve sua formação profissional no *Culinary Institute of America*, trabalhando em restaurantes renomados como o espanhol *El Celler de Can Roca*. O que torna o restaurante particularmente interessante para a nossa pesquisa é forma que o chef utiliza o porco como ingrediente na prática. Na culinária brasileira o porco é um ingrediente popular, associado a um tipo de culinária caseira principalmente por seu preço acessível. A ideia de utilizar apenas um ingrediente como base para todos os pratos poderia ser uma ideia um pouco arriscada para um restaurante. O grande sucesso do restaurante é o prato chamado “Porco San Zé” e também é a receita que deu origem ao restaurante: um porco assado inteiro, lentamente, numa churrasqueira a lenha desenhada pelo próprio chef por aproximadamente 8 horas. Esta versão adaptada do porco no rolete, tem como acompanhamentos: tártar de banana, couve mineira e feijão tropeiro. Para alguém nascido no interior de São Paulo, este menu não teria nada de novo. Mas vamos analisar um pouco mais de perto. Em primeiro lugar, o restaurante possui um açougue próprio, que recebe porcos inteiros de apenas quatro pequenos fornecedores de São Paulo, onde critérios como bem-estar animal e qualidade da carne são fundamentais. A técnica de corte da carne é muito importante e todas as partes do animal são utilizadas no menu, inclusive as cabeças, servidas diariamente para os clientes mais ousados. Do cérebro do porco o chef prepara embutidos, o sangue do porco também é considerado ingrediente. Assim o açougue fabrica uma série de salsichas e linguiças com diversas inspirações e sabores. A casa do Porco é um restaurante que utiliza 100% do animal, criando pratos que desafiam o paladar e gosto dos clientes. A estratégia de Rueda consiste em utilizar sua própria identidade caipira, já que ele é nascido no interior de São Paulo, para criar seu menu. Deste modo tutu de feijão, leitão à pururuca e

torresmo são receitas que saem das cozinhas de casa para serem servidas no restaurante. Rueda também utiliza influências asiáticas para cozinhar o porco: temaki de porco, sushi de papada de porco e Lámen de porco, são algumas outras formas que o porco é apresentado aos clientes.

O que descrevemos acima pode parecer pouco inovador, mas quando estes elementos são trazidos para o interior do restaurante, uma série de inovações na prática culinária são introduzidas para cozinhar um porco de maneira sustentável. Restaurantes com açougues próprios baseados em critérios de bem estar animal e reaproveitamento de cortes não considerados nobres, são ainda raros no mercado da gastronomia, portanto, bastante inovadores. Estas adaptações e hibridismos que misturam cozinha de casa e restaurante, diferentes competências de chef, açougueiro e churrasqueiro, além de uma ética para utilização da carne animal operam em consonância com práticas de sustentabilidade que transformam as dinâmicas e infraestrutura dos restaurantes. Deste modo nos interessa mostrar como estas novas tecnologias culinárias, ressignificações de técnicas tradicionais, e ética influenciam a cozinha ao mesmo tempo que traduz algo para o mercado de alimentos.

A quinta característica que identificamos é a **Compartilhamento/Colaboração**. Estas ideias não são exclusivas do universo dos restaurantes, mas sim uma grande tendência dentro dos ditos “negócios sociais” ou ainda de áreas recentes da economia chamadas de: economia compartilhada, economia colaborativa, *peer-economy*, *mesh*, ou consumo colaborativo. Essa tendência pode ser facilmente verificada em *startups* que se transformaram em importantes empresas que mudam as formas de consumo de serviços e bens, como o *Airbnb* (compartilhamento de casas), *Uber* (compartilhamento de carros), empresas de *coworking* (compartilhamento de escritórios) dentre inúmeras outras que seguem este modelo. Concordamos com Machado (2015) que a ideia de compartilhamento tem sofrido um abuso semântico e que passa englobar uma série de formas de trocas econômicas que fogem do seu sentido mais genuíno. Pensando na ideia de compartilhamento partindo do Ensaio sobre o Dom (2003), de Marcel Mauss, a economia de compartilhamento é um sistema de trocas de dádivas, e não um modelo de negócios consumido esporadicamente, e tem mais a ver com a circulação de trocas não monetárias criando vínculos entre os indivíduos e grupos (PINHEIRO-MACHADO, 2015).

De volta para os restaurantes, identificamos esta ideia de colaboração e compartilhamento de uma maneira muito própria. Estas noções são postas em prática a partir da circulação e compartilhamento

do conhecimento em torno de uma culinária sustentável dentro das redes, que cria novos sistemas de fluxos de pessoas, ingredientes, receitas, restaurantes, conhecimento e práticas culinárias, e, essa circulação se potencializa com o uso das mídias sociais, como veremos no capítulo 4. Estes trânsitos possibilitam uma flexibilização da infraestrutura do restaurante, como o caso dos restaurantes *pop-ups*, por exemplo. Nota-se que o compartilhamento e colaboração são características que moldam as redes estudadas, e que elas se fortalecem e se ampliam baseado em associações que carregam valores de solidariedade e reciprocidade entre os atores.

Outro elemento identificado envolvendo estes valores é o fortalecimento da ideia de comunidade. Os restaurantes passam a reivindicar seu pertencimento a comunidade, juntamente com a obrigação moral de retribuir. Esse sentimento de pertença estimulam os laços solidariedade e reciprocidade. No entanto, estes laços estão intimamente ligados a ideia de uma natureza comestível. Isso quer dizer que as estratégias de conexão do restaurante com a comunidade e as obrigações devolutivas, são mediadas por ações de preservação da natureza local, por meio da projeção e valorização destes espaços como territórios, paisagens e biomas comestíveis, ou através de da compra e incentivo a agricultura local, dentre outros. Ao longo do trabalho de campo, nos deparamos com inúmeros projetos comunitários liderados por restaurantes nesta direção, como os citados no capítulo 2.

Outro aspecto deste tipo de colaboração são as alianças dos chefs com outros setores, como governamental, sociedade civil (movimentos sociais), mercado (indústrias, empresas privadas) e setor público (universidades) etc. Estas alianças atuam como uma forma de fazer as narrativas dos chefs sobre gastronomia sustentável circular por outros lugares, alcançando diferentes espaços e redes de atores. Isso não significa que estas alianças sejam totalmente desinteressadas; ao contrário, elas são feitas de acordo com os interesses dos chefs e das instituições. O fato é que independente das motivações que impulsionam estas alianças, elas mostram que outros atores estão dispostos a compartilhar determinados interesses dos chefs, o que muitas vezes, pode gerar controvérsias e conflitos dentro das mesmas redes. Isso pode ser observado nas alianças de chefs com gigantes do mercado de alimentos como redes de supermercados transnacionais e indústrias da carne, o que detalharemos no último capítulo.

A última característica identificada nessa versão da gastronomia é a **Educativa** traduzida pela ideia de “formação de paladares”. Ouvimos

esta expressão durante o Seminário Fru.To que ocorreu durante o mês de janeiro de 2018 em São Paulo promovido pelo chef Alex Atála. O seminário reuniu um grupo de intelectuais, ativistas e agricultores cujas falas sobre alimentação e agricultura sustentável foram direcionadas a um seletivo grupo de profissionais da gastronomia mundial. O seminário foi paralelamente transmitido online e atualmente está disponível no formato de vídeos no *Youtube*<sup>15</sup>.

Uma das contribuições do STS é de mostrar que os fatos e artefatos são fabricados em algum lugar e que seu sucesso depende exclusivamente da rede de atores que trabalham continuamente para garantir o seu sucesso (LATOURET, 2005). Ao analisar o caso dos cientistas e tecnólogos, (CALON, 1986) afirma que estes são responsáveis por reconstruir continuamente a sociedade quando passam a introduzir mudanças imprevisíveis, além de novas associações. Isto quer dizer que ambos possuem uma capacidade inerente de construir um universo social próprio quando eles definem novos elementos, providos de tempo, espaço e história.

A expressão “formação de paladares” utilizada pelo palestrante no evento, chama a atenção para a necessidade de que, para ocorrer uma mudança substancial em direção a um tipo de culinária mais sustentável, seria necessário mudar os paladares. Isso significa que para a construção de uma versão da gastronomia sustentável é necessário criar uma série de estratégias que viabilizem um “comedor sustentável”. Esta ideia é central dentro do universo que estes chefs buscam promover, que parte um problema identificável (a crise alimentar e ambiental), propõe uma solução evidente (gastronomia sustentável) e uma série de ontologias para trazer esta versão a existência. Isto traz uma dimensão educativa da gastronomia, que precisa aparelhar chefs, profissionais dos alimentos e comedores sobre este conjunto de práticas e normas que tem como objetivo uma transição para um modelo de alimentação mais sustentável. Estas ações educativas ocorrem através dos eventos destinados à comunidade gastronômica (profissionais de alimentos em suas mais variadas expertises), comunidades, mídias sociais, alianças com outros atores, etc.

Por fim, é necessário deixar claro que estes aspectos identificados ao longo da pesquisa são dinâmicos e que estão num campo de disputa. Dependendo do tipo de chef e do restaurante, somente alguns destes elementos aparecem e em diferentes níveis de intensidade. Com isso

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCiR8h7U-XXITbimgqrh6cg>. Acesso em 12 de maio de 2018.

queremos escapar de possíveis homogeneizações entre os atores e as formas desenvolvidas nas redes para lidar com a sustentabilidade.

### **3.1.3 - Circuitos de inovação e rotinização da sustentabilidade nas cuisines contemporâneas**

Para introduzir esta seção, precisaremos retomar a discussão feita no primeiro capítulo sobre as contribuições da Teoria das Transições para nossa pesquisa, mais especificamente onde debatemos a relação entre mudança e estabilidade. Como mencionamos, são longos os caminhos até que as inovações para transições despertem mudanças mais amplas, onde interações multidimensionais oscilam entre impulsos para mudança radical e forças de estabilidade estão em constante tensão (KOHLER et al, 2017). Portanto, para que as práticas sejam modificadas, é importante que estas inovações sejam rotinizadas e passem a ser performadas pelos atores.

Mostramos até aqui como a questão da sustentabilidade surge como um componente inovador nas práticas dos chefs, reorganizado a forma como os atores performam atividades cotidianas. Apesar do dinamismo presente nas práticas dos chefs para adaptar inovações no modo de cozinhar dentro dos restaurantes, é importante perceber, como a Teoria Transições sugere, analisar como estes componentes de sustentabilidade vão sendo rotinizados ao longo das práticas culinárias dos chefs e vão ganhando certa estabilidade no tempo e espaço.

A noção de inovação da teoria da modernização ecológica (SPAARGAREN; MOL, 1992), pode ser de valor para nossa análise. A modernização ecológica é uma corrente dentro da Sociologia Ambiental que busca integrar uma perspectiva de sustentabilidade com a Teoria das Práticas. Esta teoria contribui para a pesquisa por considerar integrativas as práticas de comer e cozinhar, e no caso dos restaurantes, elas produzem um certo tipo de consumo: comer fora de casa. Mobilizamos parcialmente estas ideias de inovação por entender que as transformações que ocorrem atualmente em determinados restaurantes também afetam os hábitos de consumo num nível individual, embora este não seja o foco desta pesquisa. Por outro lado, a teoria da modernização ecológica reconhece que o mercado também possui papel fundamental na regulação das questões ambientais. Estes argumentos nos ajudam a pensar como ocorrem as trajetórias das inovações sociomateriais e como elas são incorporadas nas práticas e se rotinizam dentro de nichos específicos. Há

que se deixar claro que este referencial teórico considera a noção de social, que distancia-se da forma que tratamos o social ao longo de nossa pesquisa ao mobilizarmos a noção de associações, que julgamos melhor apropriada para nosso objeto de pesquisa. Todavia, há se superar estas limitações teóricas e mobilizar o quadro referencial no âmbito da sua contribuição para o objeto.

Spaargaren, Martens, Beckers (2006) analisam a inovação e difusão de tecnologias que permitem a grupos de atores organizar suas rotinas diárias de forma mais sustentável através de um esquema de descrição das rotas de dispositivos sociotécnicos entre sistemas de provisão e consumidores. Deste modo, a questão central é entender como ocorre o processo de adoção destas inovações no âmbito da vida cotidiana e como a gestão das transições para sustentabilidade acontecem. Vamos utilizar este quadro analítico apresentando estas inovações em dois casos diferentes.

Entrevistamos a Associação de Restaurantes Sustentáveis (*Sustainable Restaurants Association/ SRA*) localizada em Londres. A SRA é uma associação sem fins lucrativos fundada em 2009 por um grupo de empreendedores e chefs que tem como objetivo incentivar práticas de sustentabilidade em restaurantes no Reino Unido, e recentemente tem expandindo o seu raio de atuação para outros países europeus. A proposta da associação é simplificar a noção da sustentabilidade para os restaurantes: “*SRA created a unique framework to simplify the complexity of sustainability for the industry*”. Através de um esquema de certificação chamada *Food Made Good*, baseado em critérios claros e específicos, SRA audita os restaurantes através da análise de 14 áreas chaves que levam em conta aspectos sociais, ambientais e de qualidade dos alimentos. Através desta análise traduzida de uma maneira quantificável (o restaurante ganha notas em cada um dos quesitos), a SRA pode atribuir de 1 a 3 estrelas ao negócio. Após a avaliação, a SRA se propõe auxiliar o restaurante com consultorias especializadas que podem trazer melhorias no que concerne a questões de sustentabilidade.

**Figura 13 - Selo da SRA**



Fonte: Site da SRA. Acesso em 03 de março de 2018.

**Figura 14 - Áreas de foco de sustentabilidade SRA**



Fonte: Site da SRA. Acesso em 03 de março de 2018.

Estes critérios foram criados para simplificar o esquema de sustentabilidade para os restaurantes, de modo que as práticas de sustentabilidade sejam padronizadas e facilmente adotadas pelos restaurantes que tenham interesse em associar-se a SRA. Este esquema, ao ser adotado pelos restaurantes, vão gradualmente sendo rotinizados nos processos internos dos restaurantes. Assim, a SRA cria uma metodologia de avaliação para medir a sustentabilidade em restaurantes, criando um passo a passo do que se deve fazer para se tornar um restaurante sustentável. Analisando mais de perto a metodologia de avaliação, nota-se que a instituição tem o papel de traduzir a sustentabilidade para critérios de fácil reconhecimento para os restaurantes, que passam a ter objetivos claros de mudança em seus negócios. O restaurante delega esta função para a associação, que toma a liderança em sistematizar os processos internos do restaurante, sugerindo as mudanças para adaptar-se a um modelo sustentável. A associação cria uma série de atalhos cognitivos para os restaurantes (e clientes), como os selos, prêmios e uma série de campanhas publicitárias com importantes atores do mercado de alimentos, como o chef Jamie Oliver, por exemplo.

Entrevistamos Martina, consultora de sustentabilidade da SRA no ano de 2017. Nossa primeira pergunta a ela, foi o que exatamente consistia sua posição dentro da SRA. Ela nos respondeu:

I work a lot with, I guess, developing our relationships with partners, with other people working with sustainability. Because we cover 14 key areas, we work with many partners. For example, when we talked about food waste in November, when we ran a campaign, we speak to a series of other partners that also work in the food waste area. For example, in the upcoming month in June, we are talking about local sourcing, so I will be talking to restaurants, you know, restaurants that are good in local sourcing or some producers and suppliers that are local. So there is a big network that we work with that I try to, sort of, develop and nurture that network to understand how they can provide us with content and information for the campaigns in which we use to support restaurants in making sustainable changes.

A descrição de Martina, ajuda a entender que para as inovações serem melhor aceitas pelos restaurantes, existe uma rede de atores

(restaurantes, produtores, fornecedores, especialistas) que trabalham em conjunto para promover estas inovações e para que elas possam ser comunicadas aos restaurantes durante as campanhas publicitárias. Estas práticas de sustentabilidade precisam ser claras e convincentes para que sejam incorporadas pelos chefs. SRA cria um pacote de sustentabilidade deve ser adotado pelo restaurante para tornar-se sustentável e ganhar o selo *Food made good*. Atualmente a SRA possui aproximadamente 2000 restaurantes no Reino Unido que utilizam o selo da rede. Ao analisar a lista de restaurantes, um fato nos chamou atenção. Uma das limitações verificadas sobre esse modo de avaliação de sustentabilidade para restaurantes, consiste que estes critérios quantitativos podem cair em contradição. Este sistema coloca pequenos bistrôs familiares engajados com sustentabilidade numa mesma escala que cadeias de *fast food* como *Pizza Hut*, por exemplo. Outro fator que chamou nossa atenção durante o trabalho de campo refere-se a proposta do resgate da tradição dentro de um esquema de estratégias de inovação. Vejamos a fala abaixo.

O novo nem sempre é melhor, como com quase tudo. Mas o interesse na cultura culinária, também, é meio assustador. É que quando se para de praticar, a coisa costuma a morrer rapidamente. Depois de uma geração não sobra ninguém que saiba fazer algo com as mãos. Passadas três gerações, só restaram as fotos e coisas do gênero. E não dá para voltar no tempo e compreender como faziam a comida a mil anos atrás, como se faz com a escultura ou a pintura, por exemplo. [...] Muitas coisas do nosso passado estão se extinguindo ou sendo esquecidas. Meu trabalho é manter vivo o original, de um jeito que as pessoas possam compreender (GELB, 2016).

No trecho citado acima, o chef chama atenção para a tradição e a importância do passado para a culinária. Magnus Nilson é conhecido por ser um chef que trabalha com condições climáticas extremas durante o inverno rigoroso da pequena Jaspén, Suécia. Ele também é considerado bastante criativo em criar soluções inovadoras para lidar com a falta de alimentos frescos durante o inverno. Entretanto, suas soluções não incluem importar vegetais para servi-los em seu restaurante. Ao contrário, o chef se transformou num exímio pesquisador sobre antigos métodos de conservação de alimentos e agricultura. Magnus atravessou os países nórdicos em busca de ingredientes e receitas típicas para inspirar suas

criações no Faviken, seu restaurante. Para sobreviver o inverno, o chef readaptou técnicas de plantio, criação de animais selvagens e técnicas de fermentação para garantir o menu de inverno:

Fui apresentado ao mundo da conservação de alimentos, pois algumas técnicas eram empregadas quando eu era criança. Quem quiser batata em março, terá de colhe-las em agosto e coloca-los no celeiro. É assim que se faz. De certa forma é derrotar as estações do ano. Então eu vi que muitas dessas técnicas antigas para conservar comida, funcionavam bem no restaurante pois elas produziam um estilo diferente, um tipo de coisa completamente diferente na comida. Então começamos a pesquisar mais e mais sobre estas técnicas particulares. Por exemplo, defumar carnes como charcutaria. Colher raízes e guardar no celeiro. Fazer conserva de pepino ou guardar carne de caça do outono, congelando para o inverno. O interessante é interpretar e trabalhar com técnicas geralmente não usada nos restaurantes, aprimorando paulatinamente os pratos tentando leva-los ao máximo da perfeição (GELB, 2016).

Neste caso, o resgate de técnicas passadas e seus novos usos adequados ao presente, mostra uma das inovações na prática culinária que procuram apelar a sustentabilidade. De fato, a ideia de utilizar o conhecimento tradicional de comunidades locais aplicado ao universo gastronômico tem sido muito utilizada dentro dos restaurantes. Isto é relevante em termos de inovação pois nos mostra um caminho de valorização de práticas que o chefs nos indicam. Ainda no primeiro trecho o chef diz “meu trabalho é manter vivo o original, de um jeito que as pessoas possam compreender”. Isso indica que o chef assume para si uma responsabilidade de condutor destas tradições mas de uma forma renovada. Utilizar a noção de tradição para justificar práticas culinárias contemporâneas, é o segundo elemento percebido que vem sendo rotinizados dentro deste esquema sustentável de gastronomia.

Mas o interessante deste resgate de tradições é a forma como elas são introduzidas na prática culinária. O *cook it raw* é um grupo de chefs que tem como proposta mudar o modo que comemos através da prática culinária. Neste caso a sustentabilidade é entendida dentro de quadro onde

o conhecimento tradicional culinário é muito valorizado pelos chefs. Sua estratégia é levar anualmente, um grupo de chefs para explorar regiões remotas do globo através de expedições de imersão culinária em comunidades tradicionais trabalhando ativamente na pesquisa de ingrediente, técnicas através da ideia de “*a look at what’s happening day to day. You can also scroll back to look at what happened. Follow the story right now and back then*” (COOK IT RAW, 2018).

Nós analisamos estes resgates de tradições num esquema de rotinização para a sustentabilidade pois os chefs mobilizam estes conhecimentos tradicionais deslocados de onde eles são produzidos, adicionando novos elementos para que sejam melhor adaptados e compreendidos pelos “comensais”. Os deslocamentos destes conhecimentos culinários tradicionais da Noruega para um restaurante em Nova York, por exemplo, adicionam muito mais para dar forma e significado a prática culinária do chef do que para a comunidade de onde este conhecimento saiu. Bem, mas então de que consiste o papel do chef?

### 3.2 - CHEFS: COMPETÊNCIAS HÍBRIDAS E A IMPORTÂNCIA DE COZINHAR

A figura do chef é geralmente associada a uma imagem corporificada de um indivíduo detentor da habilidade culinária, cujo *métier* origina-se de algo sofisticado e destinado para o consumo exclusivo das elites. O chef é aquele que concebe a experiência total da refeição, incluindo a atmosfera, a cozinha, os vinhos, a decoração e o serviço, atuando como um avalista desta experiência multissensorial (DÓRIA; ATALA, 2008). Este *establishment* gastronômico, seguindo um modelo francês, passou a ser questionado a partir da *nouvelle cuisine* e este estereótipo da figura do chef começa a ser gradualmente desconstruída. O crescente interesse da mídia impressa e televisiva pela gastronomia possibilitou que o conhecimento culinário fosse democratizado pelos chefs. Assim técnicas e receitas de domínio dos restaurantes passam a circular através do consumo de livros de culinária, dos programas de TV e mais recentemente em canais no *Youtube* e aplicativos de celular. Da mesma forma a popularização do termo *gourmet*, antes considerado parte da experiência de apreciar “boa mesa”, passa ser predicado comum de produtos alimentares que invadem de prateleiras de supermercado até um tipo de *fast-food gourmet*.

Para falar sobre competências culinárias, vamos utilizar um simples exemplo proposto por Shove (2014). Imaginemos uma pessoa segurando um martelo, e, ao mesmo tempo, consideremos questões sobre competência e habilidade. Onde reside a competência? Na pessoa, no martelo ou na relação entre ambos? Shove propõe uma reflexão trazida dos STS sobre a noção de híbrido entre humano e não-humano, que reconhece que o martelo sozinho não é suficiente para cumprir a ação de pregar, ao passo que a pessoa sem possuir o martelo igualmente terá muita dificuldade de agir. A crítica então reside no fato de que, comumente, a noção de competência é atribuída às pessoas e não às coisas. O argumento consiste em considerar a competência como uma qualidade emergente que não faz parte nem da pessoa e nem do objeto. Esta ideia de hibridismo e distribuição de competências humano-material é particularmente importante para nossa pesquisa, pois ela afeta questões da vida cotidiana e o que as pessoas fazem, como por exemplo, na prática de cozinhar.

Há que se ter o cuidado em destacar que nossa pesquisa se refere um tipo de culinária produzida nas cozinhas de certo tipo de restaurantes, tendo os chefs como atores principais. Com este argumento não estamos negando a existência das outras possibilidades de práticas culinárias a nível privado, na cozinha caseira e cotidiana, mas queremos situar como estes deslocamentos da cozinha do restaurante ocorrem e passam a ser praticadas no interior da cozinha de casa e vice-versa.

Um dos caminhos apontados por Shove (2014) é que as inovações deslocam estas competências também para os objetos. Isto implica em considerar como a prática cotidiana de cozinhar foi afetada com a tarefa da indústria alimentar na produção massiva de pratos congelados, enlatados e embalados, trazendo mais praticidade ao dia-a-dia. Os caldos foram substituídos por tabletes de sabor instantâneo, os feijões e grãos passam a vir cozidos em latas e os longos processos de fermentação foram substituídos por fermentos químicos. Apesar de estarmos nos referindo a um tipo de culinária sustentável, o esforço da indústria em criar produtos que facilitam processos culinários complexos é um fenômeno que simplifica a atividade culinária.

Entretanto, com a popularização da gastronomia e o amplo acesso a informação, técnicas e ingredientes, qualquer pessoa com um mínimo de habilidade culinária pode arriscar-se a preparar um banquete. Com uma simples busca no Google, uma infinidade de informações e receitas podem ser acessadas e rapidamente o prato pode ser executado. Assim, a competência anteriormente incorporada na figura do chef passa a ser transferida também para os aparatos culinários (conjunto composto de

recursos necessários para cozinhar: tecnologias, receitas, utensílios culinários e ingredientes). Da mesma forma o mercado se adapta para este “chef” em potencial, que pode adquirir seu aparato em seções *gourmets* dos supermercados, em lojas especializadas como empórios ou *deliveries gourmets*. Abaixo a figura ilustra uma campanha promocional entre a rede de supermercados holandesa Jumbo e o chef Jamie Oliver. A campanha consiste a cada compra no supermercado, o consumidor ganha selos que podem ser trocados por panelas da linha do chef.

**Figura 15 - Campanha Jumbo e Jamie Oliver**



Fonte: Site do supermercado Jumbo. Acesso em 17 de setembro de 2018.

Ainda seguindo a proposta teórica de Shove (2014), o conceito de um híbrido ajuda a explicar essa transição, mas esta noção não se auto explica; é preciso ir mais longe e pensar igualmente estas transições nos sistemas de provisão e consumo. As tecnologias de acesso a informação ligadas a culinária, juntamente com a oferta de utensílios de cozinha e ingredientes, por exemplo, constituem inovações na economia e nos sistemas de especialização e competência de que divisões de trabalho dependem. Sendo assim, se você tiver uma receita, um conjunto de utensílios de confeitaria e alguma disposição, você pode preparar um bolo

de aniversário dispensando o trabalho do confeitiro. Há um movimento das competências entre pessoas e as coisas, influenciando na percepção de que as pessoas podem fazer por si mesmas ao invés de contratar um especialista ou ainda, jantar num restaurante. Shove (2014) observa igualmente estes fenômenos no caso das pequenas reformas nas casas, no *DIY (do-it-yourself)* e na fotografia amadora. Estes exemplos delineiam uma mudança dos contornos onde a noção de hibridismo afeta estas configurações e possibilitam uma mudança de padrões de consumo e produção.

No caso dos restaurantes, isto também pode ser observado na proposta de artesanidade e de que os chefs podem produzir seus próprios ingredientes. Aqui os deslocamentos de competências ocorrem em diferentes níveis. Além da competência híbrida que citamos anteriormente na prática de cozinhar, no caso dos chefs, a competência também se desloca para outras áreas de conhecimento sobre alimentos. Como pudemos observar, os chefs passam a dominar um repertório sobre ecossistemas locais, modos de produção agrícola, técnicas de produção artesanal que antes era delegado somente a seus fornecedores. Os chefs compartilham essas competências e passam a aplicá-las em seus restaurantes. Além disto, como no caso de Adriá e Rueda, por exemplo, criando designs de seus próprios utensílios.

Vamos sintetizar o argumento numa experiência do nosso trabalho de campo. Visitamos o *Baest*, um dos restaurantes do chef Christian Puglisi localizado em Copenhague. O restaurante é especializado em pizzas artesanais feitas com ingredientes locais que tem como origem a “*Farm of Ideas*”, fazenda orgânica de propriedade do chef que tem como foco criação de vacas leiteiras. Todas as etapas para a produção das pizzas são feitas ali mesmo. A massa de fermentação natural precisa de algum tempo até chegar na sua versão ideal; a mozzarella é fabricada ali mesmo com o leite vindo diretamente de sua fazenda; os vegetais são todos produzidos localmente e parte deles vem igualmente da *Farm-of-Ideias*. Puglisi, ao ser questionado sobre como aprendeu a fazer a mozzarella de estilo italiano que é servida em seu restaurante, responde enfaticamente: no *Youtube*. Este esquema traduz uma série de sistemas de competências compartilhadas, de tráfego diverso, que modificam a forma como os chefs cozinham. As competências de mestres queijeiros, de agricultores, de criadores de animais passam a ser incorporadas pelos chefs pois elas influenciam diretamente na qualidade dos seus ingredientes. Neste caso a artesanidade é um elemento fundamental na prática do chef e que depende de outras competências que não são a de cozinhar. Sendo assim,

fazendas, vacas, pizzas e *Youtube* compõem um arranjo de competência híbridas que contextualizam como os chefs dão contornos a uma versão do que entre eles se entende por gastronomia sustentável.

Ao analisar as moralidades em torno da prática de cozinhar, Solier (2013) apresenta uma importante categoria de análise no âmbito do consumo alimentar denominada *foodies*. Este termo, que tem sua origem dentro da cultura material, auxilia na compreensão das práticas de auto definição ligada à produção e o consumo alimentar. Os *foodies* são indivíduos, geralmente, de classe média e alta de países ocidentais, que se interessam por comida para além das práticas cotidianas de comer e cozinhar. Inicialmente, este termo foi utilizado pela revista britânica *Harpers and Queen* para a distinção de consumidores de alta gastronomia. Entretanto, o emprego dado por Solier (2013) refere-se ao alargamento desta categoria, de modo que sua atenção é centralizada nas práticas relacionadas aos alimentos que são essenciais para a formação da identidade desse grupo. Tais práticas são realizadas no âmbito do “ócio produtivo” considerando como a produção e consumo durante o tempo de lazer exerce influência central na formação identitária. O consumo conspícuo de bens como demonstração de riqueza, é (re) significado através da produção de bens durante o tempo livre, ou o *DIY*, onde os projetos de artesanato, reforma nas casas e principalmente a prática culinária passam a representar uma natureza diferenciada e sinal de distinção entre as classes mais altas. Assim, o *foodie* contemporâneo é alguém cujo tempo de lazer é gasto no consumo ou na produção de comida, com o intuito de aperfeiçoamento e educação.

Solier (2013) discute como os *foodies* utilizam uma série de mídias como ferramentas de ensino e criação de conhecimento, através de materiais impressos (livros de receitas, guias de restaurantes, revistas gastronômicas), televisão (programas de culinária, filmes e séries sobre comida), e mídia digital (sites da receita *on-line*, *blogs*, críticas de restaurantes e mídias sociais). Embora estas formas midiáticas sejam consideradas entretenimento, no contexto individual da vida contemporânea representa uma forma educativa para que estes grupos além consumir a informação, compartilhem os conhecimentos com suas redes de contatos. Os *foodies*, enquanto especialistas em comida, não repassam apenas as receitas, mas também a moralidade envolvida no lazer produtivo, ou seja, através do consumo destas mídias é que se desenvolvem as habilidades e competências de produzir coisas no tempo livre. Esta moralidade tem um papel central na forma como este grupo define o seu gosto em objetos materiais através de suas práticas de

consumo. Essas relações de trocas moderadas em grande medida pela internet implicam numa relação de troca em que existe um cruzamento de fronteiras (*online e off-line*). A internet aproxima os horizontes entre chefs e *foodies*, isso faz com que o repertório antes dominado pelos profissionais da gastronomia torne-se público e mobilizado igualmente por outros atores.

### **3.2.1 - Tipos de chef**

Durante o percurso da pesquisa, identificou-se diferentes perfis de chefs que lidam de diferentes formas com o que se entende por sustentabilidade nos seus restaurantes e fora deles. Estas ações engajadas com sustentabilidade não são homogêneas; ao contrário, elas são situadas e variam de acordo os objetivos dos atores e com as redes que eles estabelecem.

A escolha de nossa amostra priorizou diferentes tipos de chefs e restaurantes na tentativa de assegurar uma diversidade substancial do espectro de chefs. Portanto, além de estudarmos chefs celebridades e restaurantes premiados, nós optamos por incluir na pesquisa restaurantes locais e projetos inovadores ligados a gastronomia. Assim conseguiríamos transitar em diferentes níveis e compreender as diferentes estratégias. Um chef como Alex Atála tem uma forma muito diferente de ação do que Matthew Orlando, por exemplo, embora ambos sejam atores que assumem práticas de sustentabilidade muito bem demarcadas em seus estilos culinários.

Considerando estas diferenças nas rotinas de chefs, nós desenvolvemos categorias ou tipos ideais como define Weber (1979) com o intuito de criar um esquema que coloca em evidência estes envolvimento e as diferentes formas de agir. Utilizamos como plano de fundo para esta análise a Teoria das Transições, e concordamos com Spaargaren, Oosterveer e Loeber (2012) quando eles argumentam que as inovações podem ocorrer com maior sucesso em "nichos estratégicos", onde são gerenciados em seu contexto e sobrevivem em frente à concorrência do regime dominante. Quando este repertório considerável de inovações se torna bem-sucedido, e inúmeras opções alternativas são estabelecidas, é que inicia-se o processo de questionar o regime dominante e a fase de transição, consequentemente. Desta forma, a chave para a análise das transições baseia-se em inovações concebidas a partir de um processo organizado de interações em regimes de nicho, e que

devem ser vistas como fenômenos que ocorrem da visão de baixo para cima (nichos-regimes).

Quando os chefs passam a criar, selecionar ou/e valorizar determinadas práticas que identificam como relacionadas a sustentabilidade ao invés de outras, como ter hortas próprias ou/e produzir o mínimo de resíduos em seus restaurantes, acabam criando uma série de normatividades com relação as práticas no nível de nicho que vão se tornando estáveis. Ou seja, pequenas redes de atores passam a dar suporte a inovações baseadas em expectativas e visões de futuro. Assim, processos de aprendizado passam a ocorrer em diferentes dimensões e com o tempo estes elementos passam a gradualmente se conectar nestas redes por múltiplos caminhos tornando-se estáveis, e, penetrando nos regimes, formando novos desenhos para os regimes sociotécnicos que emergem a partir destas interações (SPAARGAREN; OOSTERVEER; LOEBER, 2012).

Contudo, a seleção destas práticas e os níveis de ação são diferentes, e tentamos apresentar em seguida os perfis identificados ao longo da pesquisa. Aqui nos deparamos com diferentes tipos chefs e com diferentes práticas englobadas dentro do que os atores entendem por sustentabilidade. Entretanto, identificou-se semelhanças nas suas formas de engajamento com as interpretações de sustentabilidade e agrupamos estes chefs em 4 tipos ideais. Isso não quer dizer que estas categorias sejam estáticas e que os chefs tenham formas de ação idênticas. Ao contrário, isso quer dizer que eles operam em níveis mais ou menos semelhantes e que suas estratégias de ação são motivadas por interesses similares.

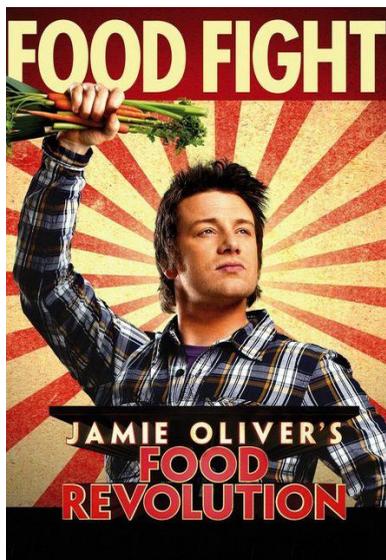
O primeiro perfil nomeamos de Chefs Celebidades. Este grupo tem como principal característica a sua capacidade de influenciar a opinião pública. Eles podem alcançar o público massivamente através de redes sociais, livros de culinária, entrevistas, programas de televisão, alianças com a indústria de alimentos e setor varejista, liderando discursos de sustentabilidade que atingem, além do público consumidor, movimentos sociais, governos e políticas públicas. Outros trabalhos já observaram como este fenômeno ocorre de outras maneiras, por exemplo, como chefs celebridades articulam a sustentabilidade para o uso de peixes e frutos do mar nos seus livros de receitas (BOWMAN; STEWART, 2013), ou explorando as figuras dos chefs como marcas que conquistam a confiança dos consumidores através dos livros de receitas como estratégia de marketing (TONNER, 2008).

Consideramos alguns eventos importantes para contextualizar este alcance generalizado das práticas dos chefs celebridades. Um caso emblemático foi a campanha de Jamie Oliver para a taxaço de empresas de refrigerante no Reino Unido. O chef desenvolveu uma srie de estratgias midiáticas a nvel global relacionando o problema de obesidade infantil e os nveis de aço de refrigerantes como, por exemplo, o *reality show Food Revolution*, que retratava o cotidiano da merenda escolar nos EUA e Reino Unido. A campanha consistiu em pressionar o governo do Reino Unido, denunciando as estratgias abusivas das empresas de refrigerantes e o impacto destas aões nas dietas de crianas e jovens. Oliver contou com apoio de especialistas, mdicos e ONGs para criar uma estratgia robusta e multi-setorial de aão para o combate a obesidade infantil, que sugeria uma srie de propostas polticas e intervenões para mudar a forma como jovens e crianas acessam os refrigerantes. Para implementar estratgias claras de aão, o chef propôs seis áreas-chave que precisavam urgentemente de aão poltica para lidar com a obesidade, que foi chamado de *Jamie's six point plan*<sup>16</sup> e que consistia dos seguintes eixos: taxaço em bebidas com aço; reformulaço dos parmetros para nveis de aço na indstria alimentar; *marketing* justo atravs da regulamentação de propagandas para crianas e alimentos com aço; rotulagem clara para alimentos com aço; merendas escolares saudáveis; e incluso de educaço alimentar nas escolas. Em menos de um ano após o início do projeto, o Parlamento Inglês implementou o imposto sugerido pelo chef, que foi incluso no orçamento do ano 2016.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <http://www.jamiesfoodrevolution.org/obesity>. Acesso em 05 de abril de 2018.

**Figura 16 - Programa de Televisão Jamie Oliver**



Fonte: Site Jamie Oliver Food Revolution. Acesso de 09 de dezembro de 2017.

A chamada divertida de Oliver para seu *reality show*, faz alusão ao engajamento político com relação a mudança alimentar e da necessidade de “luta” para que isso aconteça. Jamie segura em sua mão direita - o que desvincula a ideia de revolução de esquerda - um maço de vegetais para simbolizar as armas em questão para a batalha. O estilo do pôster remete as imagens do período soviético. Jamie Oliver tem sido um importante ator que se posiciona para uma mudança no sistema alimentar agindo em diversas frentes, ao mesmo tempo que certas alianças com grandes atores da indústria alimentar têm despertado inúmeras controvérsias, das quais trataremos melhor no capítulo 5.

Outro evento importante ocorreu em fevereiro de 2016 protagonizado pela chef brasileira Bela Gil. A chef publicou em suas mídias sociais uma convocatória aos seus seguidores pedindo que eles respondessem à uma consulta pública da ANVISA (Agência Nacional de

Vigilância Sanitária) para a suspensão do agrotóxico Carbofurano. O texto publicado em seu *Facebook* dizia o seguinte<sup>17</sup>:

A Anvisa encerra HOJE a chamada pública para votação a favor ou contra a suspensão do agrotóxico Carbofurano e por enquanto a proibição dele NÃO está vencendo!

Precisamos nos mobilizar! São mais de mil votos de diferença e tenho certeza que podemos mudar isso até o fim do dia.

Vote aqui, compartilhe e faça a diferença por um planeta mais saudável: [bit.ly/venenonao](http://bit.ly/venenonao)

Atenção: a indicação da Anvisa para o Carbofurano é de banimento, por isso devemos CONCORDAR INTEGRALMENTE com a proposta.

Instruções para votação:

1) Preencha os seis campos obrigatórios, marcados em asterisco vermelho, das informações pessoais.

2) Passe direto para a pergunta: "De modo geral, qual sua opinião sobre a proposta de norma em discussão?". Marque a opção "Concordo com a proposta".

3) Logo em seguida, na pergunta sobre impacto, marque "Impacto positivo alto", e como justificativa sugerimos: "Menos agrotóxicos, mais saúde"

4) Dê sua opinião, também obrigatória, sobre o formulário e grave suas respostas.

\* As entidades defensoras dos agrotóxicos se mobilizaram contra o banimento do carbofurano. Precisamos dar uma resposta em favor da nossa saúde e do planeta! (Página *Facebook* Bela Gil, 2016)

A ação de Bela Gil é particularmente interessante porque ela mobiliza uma série de elementos técnicos que não são facilmente compreendidos pelos consumidores. Ela utiliza o *Facebook* como uma forma de publicizar e engajar seus seguidores com uma votação em curso de banimento de um agrotóxico. Este tipo de votação geralmente não tem uma visibilidade midiática significativa, além de utilizar uma linguagem

---

<sup>17</sup> Disponível em

<https://www.facebook.com/belagiloficial/posts/598073247013977:0>. Acesso em 15 de abril de 2018.

técnica bastante complexa para o público leigo. Ela usa o seu texto para criar uma versão simplificada da votação em curso, além de explicar sinteticamente como o usuário deve proceder passo-a-passo para concluir o seu voto, sugerindo inclusive quais justificativas qualitativas podem ser dadas, traduzindo um sistema altamente abstrato. Portanto, Bela Gil conecta dois universos distintos, de um lado um órgão nacional de regulamentação que possui o controle da liberação de substâncias nocivas ao meio ambiente, e de outro, com o público simpatizante da chef engajada com uma culinária sustentável. A publicação teve mais de 20 mil interações entre curtidas, compartilhamentos e comentários e a consulta foi revertida, tendo como resultado final 70%<sup>18</sup> dos votantes favoráveis ao banimento do Carbofurano no território brasileiro.

O segundo perfil chamamos de Chefs Locais. Este grupo tem um envolvimento político com um tipo de sustentabilidade entendida como práticas além de seus restaurantes. Usando seu capital culinário eles agem em suas comunidades e/ou cidades, criando projetos de envolvimento comunitário, estimulando lideranças e instituições locais para lidar com sustentabilidade não somente em restaurantes, e, em alguns casos atuam como porta-vozes destas comunidades. Estes restaurantes geralmente filiam-se também a outros projetos ligados a sustentabilidade, fazendo parte de redes de engajamento com práticas de sustentabilidade mais amplas e de maior alcance.

Entrevistamos o chef Lucas Jeffries do restaurante *Instock* em Amsterdam, cuja proposta é cozinhar com os ingredientes excedentes do supermercado holandês Albert Hein. O restaurante, que já existe há 3 anos, resgatou quase 380 mil toneladas de alimentos (até fevereiro de 2018), que seriam descartados pelo supermercado, transformando-as em comida e conscientizando pessoas sobre desperdício alimentar. Ao longo do tempo, o *Instock* foi criando novas parcerias com outras instituições holandesas como universidades, ONGs e empresas privadas que apoiam a redução do desperdício alimentar. O restaurante tem uma proposta interativa com seu público, construindo sua identidade culinária baseado numa ideia de compartilhamento da responsabilidade do resgate da comida com seus clientes. No seu *website* podemos encontrar isso muito claramente:

---

18

Disponível

em:

<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/02/26/Como-Bela-Gil-reverteu-um-debate-sobre-agrotóxicos-com-apenas-um-post>. Acesso em 14 de abril de 2018.

However, YOU are even more important! If it wasn't for our guests at Instock, we wouldn't be able to rescue food. Because of that reason, we provided you with several tips on our website about how to waste less yourself (INSTOCK, 2018).

Deste modo, o restaurante cria este nexos entre os fornecedores que doam a comida e os consumidores que a comem, delegando papéis claros a cada ator, que não são performados somente dentro do restaurante. Estas informações viajam para fora dos limites do restaurante através do compartilhamento de informações sobre o desperdício alimentar. A circulação destas informações ocorre através de mediadores e estão presentes de muitas formas: nos menus, no website, nas mídias sociais, na decoração do restaurante com cartazes e placas interativas com os clientes, no livro autoral de receitas e numa série de subprodutos feitos a partir das sobras do restaurante como as granolas, as cervejas feitas de sobras de pão e de cascas de batatas, por exemplo. Uma das coisas que nos chamou a atenção foi a senha da internet do restaurante que era “*rescuefood*”, que obriga o cliente digitar em seu celular essa informação e consiste em mais uma das estratégias para comunicar o universo que o restaurante quer mostrar aos seus clientes.

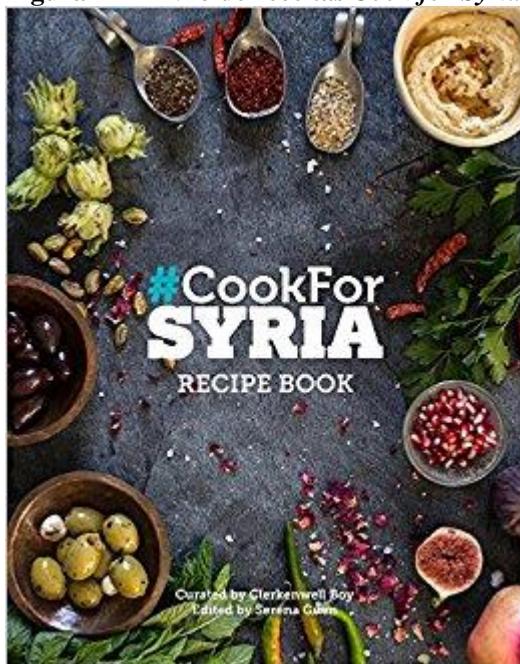
Em Copenhagen, o restaurante Amass criou um evento chamado “*Blacked Out*”. O evento consiste num jantar sem a utilização de energia elétrica. Isto não significa que o jantar é no escuro. A iluminação é feita através do fogo. Os fogões são substituídos por fogueiras, os telefones e computadores são desativados e o som ambiente substituído por músicos e seus instrumentos. O evento geralmente conta com chefs convidados que executam um menu utilizando somente o fogo como conceito principal. Segundo o chef existem alguns motivos para o apagão: por um lado, representa uma forma de assumir o desafio de cozinhar com fogo e "voltar ao básico", porém, o mais importante, é criar consciência em torno da Hora do Planeta que acontece anualmente em meados do final do mês março. Conhecida internacionalmente como “*Earth Hour*”, trata-se de um movimento global organizado pelo *World Wide Fund for Nature* (WWF), que incentiva os indivíduos, comunidades e empresas a desligar as luzes elétricas das 20:30 às 21:30 horas, como símbolo de compromisso com a planeta.

Outro grupo que identificamos são os Chefs *Hype*. Este grupo promove as práticas de sustentabilidade nos restaurantes apenas com interesses próprios de aderir as tendências de mercado. Suas motivações

podem possuir caráter ético, mas, geralmente, são orientados por interesses econômicos. Eles implementam o que entendem por uma melhor prática sustentável no gerenciamento dos restaurantes, fornecedores e funcionários. Estes chefs geralmente não assumem a responsabilidade de transformação da gastronomia de maneira mais ampla, embora suas práticas e reputação, auxiliem para uma mudança no cenário atual na forma de cozinhar. Eles geralmente não extrapolam os limites do restaurante para comunicar tais práticas de sustentabilidade, restringindo-se a compartilhar estes valores somente com seus funcionários e clientes e em contextos do negócio.

O último grupo, chamamos Chefs Radicais. Estas redes de chefs possuem envolvimento político com a gastronomia animados por causas não-econômicas. Através de projetos que unem voluntariado, caridade ou modelos antagônicos a restaurantes num sentido mais convencional do termo, é em que estão baseadas suas atividades gastronômicas. Em sua maioria, estão envolvidos com projetos que apoiam causas como cozinhar para refugiados, para vítimas de catástrofes ambientais, etc. A exemplo desta categoria, estudamos o grupo Guerilla Kitchen, já apresentado no capítulo anterior, mas igualmente outros projetos como o do chef José Andres, chamado *World Central Kitchen*. O projeto foi criado por uma rede de chefs dispostos a criar soluções para a fome a pobreza. As recentes ações dos chefs envolveram operações em Porto Rico, cozinhando refeições para vítimas do furacão Maria, e das erupções dos vulcões no Hawaii e Guatemala. Outro movimento de causa humanitária motivada pela gastronomia é o *Cook for Syria*. Esta é uma iniciativa global de arrecadação de fundos organizada por Clerkenwell Boy (crítico gastronômico anônimo no *Instagram* e *Twitter*) e pela *SUITCASE Magazine* em parceria com a Unicef *NEXTGeneration*, sediada em Londres. O projeto teve seu início como um simples clube de jantar, onde um grupo de amigos do ramo da gastronomia se reuniam para celebrar a culinária Síria e arrecadar dinheiro para ajudar a Unicef com a finalidade de ajudar a proteger as crianças do país. O movimento expandiu-se de maneira global e todos são convidados para a sentar-se à mesa. Desde edições próprias de livros de culinária Síria aos clubes de jantar, o projeto está angariando fundos para a Unicef com o apoio de chefs, restaurantes e voluntários do mundo.

**Figura 17 - Livro de receitas *Cook for Syria***



Fonte: Site Cook for Syria.

### 3. 3 - HIERARQUIAS GASTRONOMICAS: O PAPEL DOS CRÍTICOS, LISTAS E ESTRELAS

Uma importante forma de avaliação da qualidade no universo dos restaurantes consiste nas críticas, guias, prêmios e estrelas. Estes artefatos operam como um meio de classificar os restaurantes de acordo com critérios pré-estabelecidos atribuindo uma reputação de qualidade que pode contribuir enormemente para o sucesso ou fracasso de um restaurante. Estes artefatos são controlados por sistemas peritos, que se legitimam dentro do campo da gastronomia como autoridade.

Talvez o mais antigo destes sistemas de julgamento de restaurantes sejam as estrelas da marca francesa de pneus *Michelin*. O guia *Michelin* foi criado em 1900 pelos irmãos André e Edouard Michelin, que desenvolveram o guia com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento do ramo automobilístico na França, através da distribuição gratuita aos motoristas de um guia vermelho de 400 páginas

com informações variadas, que consistia desde de orientações para a troca do pneu até onde comer nas estradas francesas. A partir da década de 1920, o guia passou a publicar anualmente a classificação dos restaurantes franceses utilizando as estrelas como mecanismo avaliativo, e, posteriormente, incluiu também os hotéis. Nas décadas subsequentes, o guia expandiu seu raio de atuação que, além da França, passou incluir guias de outros países, chegando atualmente a um número de 29 Guias que cobrem 28 países em 4 continentes avaliando 45 mil restaurantes em todo o mundo.

O Guia *Michelin* faz revisões sobre os restaurantes publicando pequenos resumos aliados a um sistema de símbolos. Os julgamentos funcionam através de visitas por inspetores profissionais e anônimos que fazem suas avaliações com base em 5 critérios principais: qualidade dos ingredientes, domínio do sabor e técnicas de culinária, personalidade do chef em sua cozinha, preço e consistência entre as visitas. As avaliações podem ter como resultado máximo de 0 a 3 estrelas; outra categoria é a *Bib Gourmand*, que consiste no reconhecimento dos restaurantes com excelente comida a preços mais acessíveis que seguem critérios de valores médios desenvolvidos para cada país. O símbolo que representa esta categoria de restaurantes é o *Bibendum*, nome dado ao boneco *Michelin*, logotipo da empresa; por fim, os restaurantes ainda podem receber avaliações de qualidade e conforto de acordo com número de símbolos de intensidade traduzido pela figura da colher e garfo cruzados, como representa a figura 19.

**Figura 18 - Guia de estrelas Michelin**



Fonte: Michelin Guide Singapore (2018)

## Figura 19 - Avaliação



Fonte: Michelin Guide Singapore (2018)

A atribuição da noção de qualidade e distintividade em restaurantes não trata de argumentos objetivos. Ao contrário, os consumidores levam em consideração critérios de seleção que são motivados por afetividades, necessidades e gostos que representam subjetividades incomensuráveis. Para Karpik (2010) a escolha por produtos e serviços de qualidade incomensurável depende de dispositivos de julgamento e confiança, que se fundamenta em informações disponibilizadas por fontes confiáveis. Isso coloca as listas, *rankings* e estrelas como importantes mediadores que operam no sentido de traduzir um sistema de orientação especializada quando se trata de escolher um bom restaurante. Deste modo, os dispositivos de julgamento traduzem informações que possibilitam o suporte cognitivo dos consumidores, através das estrelas, das críticas e selos. Estes dispositivos sistematizam uma série de informações sobre os restaurantes que vão desde ingredientes utilizados, passando pelos chefs e localização geográfica. Uma estrela ou a publicação de uma boa crítica tem o poder de colocar um restaurante no mapa, como o exemplo do Faviken em Jarpen, Suécia, do qual falamos já anteriormente. A cidade, que fica ao norte da Suécia e possui aproximadamente 1500 habitantes, ficou conhecida após o sucesso do restaurante. O chef Magnus Nilson narra em seu episódio do *Chef's Table* sua trajetória no restaurante e explica que “a primeira grande resenha que tivemos foi *Dagens Industri*, o diário econômico da Suécia, o diário econômico nacional. E eles nos deram 25 de 25. Isso fez com que mais pessoas viessem ao restaurante”.

Assim como mencionamos anteriormente no caso dos aspargos relatados por Dan Barber, a empreitada de servir um menu a base do ingrediente só obteve êxito devido a visita surpresa de um importante crítico gastronômico naquela noite, que julgou Blue Hill como a nova expressão do movimento *Farm-to-Table*. Barber narra o episódio destacando que o crítico rotulou o seu tipo de culinária antes mesmo de que ele próprio pudesse perceber, embora ele já tivesse em mente estes princípios norteadores em sua culinária.

Ao mesmo tempo que as estrelas e críticas são um importante artefato de distinção no competitivo mercado de restaurantes, elas também representam uma série de padrões que delimitam a autonomia das práticas dos chefs. Para ser premiado e permanecer neste seletivo grupo de restaurantes é necessário seguir *standards* da culinária francesa, que bloqueiam possibilidades de mudança e inovação nos estabelecimentos. Um fenômeno interessante passou a ocorrer nos últimos anos, quando alguns dos restaurantes premiados passaram a abrir mão de suas estrelas e solicitar ao guia que não incluíssem mais seus restaurantes nas avaliações futuras. Só no ano de 2017, 3 restaurantes rejeitaram as estrelas, alegando que elas se tornaram uma maldição ao invés de uma benção<sup>19</sup>. As justificativas para a devolução das estrelas se dão em duas linhas principais: a primeira diz respeito a limitação criativa dos chefs e a pressão de manter certos elementos tradicionais nas práticas culinárias. Já a segunda justificativa está ligada a uma mudança no cenário econômico e na estrutura das refeições modernas, que coloca estes restaurantes num patamar não competitivo devido aos altos custos de manutenção. Na entrevista da chef belga Karen Keignaert Staelens (2017) ela afirma:

Hoje as pessoas saem para jantar de outro jeito: algo mais casual, rápido, só para se divertir. Uma estrela aumenta o limiar do seu restaurante, o que significa que as pessoas não entram com tanta facilidade. No meu novo restaurante, a comida continua a mesma, mas a fórmula de oferta mudou. Continuo servindo comida de qualidade, mas não com um cardápio [fixo], então as pessoas podem decidir quanto querem gastar e quanto tempo querem ficar. E vou cortar todas as frescuras! (STAELENES, 2017)

---

<sup>19</sup> Disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/3ddza3/karen-keygnaert-rejeitou-estrela-michelin](https://www.vice.com/pt_br/article/3ddza3/karen-keygnaert-rejeitou-estrela-michelin). Acesso em 22 de junho de 2018.

O trecho acima além de elucidar algumas das transformações que já citamos ao longo da tese, como a mudança das estruturas das refeições e menus e do aumento da informalidade nos restaurantes, chama a atenção para a questão das hierarquias gastronômicas. A linha argumentativa quer chamar a atenção para que estas hierarquias, ainda que contenham certa herança francesa, têm se adaptado rapidamente as transformações nos mercados de restaurantes e passam também flexibilizar seus sistemas de julgamentos e o papel dos críticos, que incorporam critérios mais democráticos e casuais possibilitando que restaurantes inovadores sejam incluídos nestas premiações, ou criando outras, e transformando as dinâmicas internas destes artefatos. Isso é notável através da categoria do *Bib Gourmand*, onde o pré-requisito preço entra como um dos principais critérios de avaliação. Apesar do guia *Michelin* ainda ser altamente tradicional na França e alguns países europeus, em países como Estados Unidos, Tailândia e Singapura, por exemplo, as estrelas passaram a ser concedidas aos estabelecimentos alimentares como Sushi Bares e comidas de rua<sup>20</sup>, adaptando o guia a regras mais flexíveis de acordo realidades de países de culinárias diversas. Isso demonstra que apesar dos restaurantes *hight end* ainda possuem forte influência nos parâmetros da gastronomia mundial, estas modificações que descrevemos auxiliam com que as inovações passem a ser melhores aceitas e legitimadas.

A exemplo disso, a recente premiação do Guia *Michelin* edição Nórdica que foi anunciada em fevereiro de 2018, premiou como *Bib Gourmand* o restaurante Agrikultur (que significa da agricultura em Sueco) em Estocolmo. É interessante para pesquisa analisar quais os tipos de restaurante são premiados justamente para entender quais são os atributos de qualidade que estes dispositivos consideram importantes. O Agrikultur é um restaurante que traduz o tipo de culinária que estamos interessados, se autodenominando “*a place that reaches beyond the boundaries of culinary tradition, while honoring food, flavour, sustainability and community. We welcome our guests to enjoy the seasonal swedish produce in a warm, social, open-kitchen atmosphere*” (AGRIKULTUR, 2018).

Outra importante lista anual de *ranking* é a do *50 Word's Best Restaurants*. A lista que existe desde 2002 premia os 50 melhores restaurantes do mundo levando em consideração a diversidade da paisagem culinária mundial. A escolha dos restaurantes é um fenômeno

---

20

Disponível

em:

<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/dec/06/queen-of-thai-street-food-jay-fai-wins-michelin-star-bangkok-guide>. Acesso em 16 de junho de 2018.

muito aguardado na gastronomia, e se dá através de uma votação sigilosa que conta com um quadro de mais de 1.000 especialistas culinários que é constantemente renovado.

**Figura 20 - Esquema de avaliação do prêmio**



Fonte: 50 World's best restaurants website. Acesso em 10 de junho de 2018.

No seu *website* a lista também propõe-se indicar alguns dos melhores destinos para experiências culinárias únicas, além de ser um barômetro para tendências gastronômicas globais, propondo construir uma comunidade de chefs integrada. A lista, ao definir-se ainda acrescenta que:

It is more than just a list. It is a celebration of the universality of cuisines, which is also explored in the #50BestTalks series of live culinary conferences and demonstrations, as well as the events that focus on the gastronomic strengths of a particular region, namely Asia's 50 Best Restaurants and Latin America's 50 Best Restaurants. With a social media following of more than 1 million food lovers, the brand also has an extraordinary reach into the global gastronomic community through its digital channels.

A lista possui diferentes categorias de premiação, sendo que a mais popular é a lista dos 50 melhores restaurantes do mundo. Um dos prêmios que gostaríamos de destacar é o Prêmio de Restaurante Sustentável,

criado em 2013. Este prêmio é concedido ao restaurante que alcance o mais alto nível de classificação de responsabilidade social e ambiental, que é escolhido juntamente com o parceiro de auditoria Associação Sustentável de Restaurantes (SRA). O prêmio funciona assim: os restaurantes que estão elencados dentre os 100 melhores do mundo, devem sinalizar seu interesse inicial para participação no prêmio de restaurante mais sustentável, indicando que estão elegíveis para o prêmio. Deste modo os avaliadores podem julgar as práticas de sustentabilidade dos restaurantes nominados e escolher o vencedor. O atual vencedor é o restaurante parisiense *Septime* que entende a sustentabilidade não somente sobre ter bons ingredientes, mas a abrangência desde a proteção do meio ambiente até a preservação de técnicas históricas e a criação de harmonia em todo o sistema (THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANT, 2018). O restaurante ocupa o 35º lugar na lista dos 50 melhores restaurantes do mundo, o que significa que mesmo no cenário de *high-end* é possível também ser sustentável. O restaurante que ocupou esta mesma posição no ano de 2015 e 2016 foi o restaurante Relae em Copenhague, que assim como a SRA, foram entrevistados para esta tese.

### 3.3- RESTAURANTES E ESPAÇOS ALIMENTARES CONTEMPORANEOS

#### 3.3.1- Comer fora de casa

Apesar da crescente popularidade da gastronomia na vida cotidiana, os estudos dedicados a compreender as refeições fora de casa ainda ocupam um pequeno espaço na agenda de pesquisa. Isto é curioso, pois, comer fora de casa faz parte do estilo de vida moderno e representa uma parte importante de nossa alimentação. Warde e Martens (2000) são uma exceção na sociologia, ao discutir que o hábito de comer fora, que apesar de suas múltiplas configurações, passa a dismantelar a estrutura das refeições domésticas, e isto ocorreria, em grande medida, em virtude dos processos de individualização. Warde e Martens (2000) após realizarem uma pesquisa empírica sobre a prática de comer fora na Inglaterra, afirmam que a maioria dos sujeitos participantes disse preferir comer na casa de amigos e/ou familiares. De acordo com os autores, ao contrário dos restaurantes, tais ocasiões pressupõem maior relaxamento, uma experiência mais convivial, informal e sobre a qual haveria um

controle maior, ainda que não haja a opção de escolher o prato. Os restaurantes aparecem não somente enquanto um espaço provedor da refeição, mas como um lugar de apelo sensorial, teatralizado, com performances culinárias, estéticas, diferentes formas de serviço, decoração, objetos, composição do prato, etc., em que o dono ou chef exercem diversos níveis de controle. Existem muitas formas do comer fora de casa no que diz respeito a seu aspecto público, que vão desde refeições em hospitais e refeitórios, passando por festividades até aos restaurantes.

Esta literatura sociológica que discute o comer fora foi estabelecida com base na dualidade do comer enquanto sua esfera pública e privada. Deste modo, comer fora de casa necessariamente se constrói em oposição as refeições que são feitas em casa. Entretanto, ao estudar estas dinâmicas da culinária na contemporaneidade, é identificável que existem momentos de intersecção dos domínios público e privado na esfera alimentar, que extrapolam essas dualidades e se apresentam com características hibridizantes. Pode-se perceber uma tendência dos restaurantes que trazem características da cozinha caseira para dentro de seus restaurantes, incorporando receitas, técnicas, regras e convivialidade a mesa. Do mesmo modo, as dinâmicas exclusivas do restaurante, como os serviços, os utensílios e os rituais de etiqueta, também passam a ser executados nos lares.

Este debate sobre as transformações nas dinâmicas do comer fora, são importantes para nossa discussão pois ela sinaliza fluxos entre o público e o privado que aparecem flexibilizados, e que oferecem um cenário menos rígido para que práticas de sustentabilidade sejam, não somente melhores aceitas pelo mercado, mas igualmente circule entre a cozinha do restaurante e de casa mais facilmente. Os restaurantes são os espaços em que novas demandas por alimentos sustentáveis e novas ofertas se cruzam.

Apesar de considerar-se as contribuições que essa literatura traz, chama-se a atenção para tais modalidades do comer contemporâneo que se sobrepõe de maneira muito dinâmica, modificando e complexificando a infraestrutura do restaurante e do comer fora de casa, como veremos na próxima secção.

### **3.3.2 - Estabelecimentos alimentares contemporâneos: novas infraestruturas dos restaurantes**

Durante o trabalho de campo, nos deparamos com os mais variados tipos e estilos de restaurantes, e essa multiplicidade de possibilidades alimentares nos fez questionar sobre a própria estrutura do restaurante enquanto uma instituição alimentar tradicional. O conceito de Poulain (2013) de estabelecimentos alimentares parece ser um termo mais adequado para referir-se a um conjunto de novos formatos de refeições fora de casa que não podem ser chamados de restaurantes no sentido mais estrito do termo. Com isso não queremos decretar o desaparecimento do restaurante ou negar a sua existência, mas queremos chamar a atenção para outras formas e infraestruturas dos serviços de restauração que nos deparamos no curso da pesquisa. Estes espaços se caracterizam principalmente por uma maior flexibilidade e dinamismo, que subverte a convencionalidade implícita ao ritual de comer em restaurantes num sentido mais tradicional que se conhece.

Uma tendência cada vez mais comum no universo da gastronomia são os restaurantes *pop-up*, que podem ser caracterizados como restaurantes que funcionam em lugares inesperados por um tempo limitado e com finalidades diversas, seja para arrecadar fundos para projetos sociais ou para apresentar chefs talentosos a um público específico. Eles aparecem e desaparecem em diferentes pontos da cidade (ou outros espaços) como num piscar de olhos, levando consigo uma estrutura física que “ocupa” a cidade. Os *pop-ups* também podem funcionar dentro de outros restaurantes, onde ocorre uma circulação de chefs e menus, sempre com caráter provisório. Estes novos formatos têm mostrado a necessidade de inovação e (re) invenção dentro do competitivo mercado da gastronomia.

O formato *pop-up* possui formas específicas de se relacionar com seu público, mediado principalmente pelas plataformas digitais, que são a principal ferramenta de divulgação de seus negócios. Sua dinamicidade no tempo e espaço, impõe uma forma de comunicação que acompanhe este fluxo, por essa razão as mídias sociais - *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* - tornaram-se um importante mecanismo de mediação entre os chefs e seu público. Estas conexões situam-se num campo onde as mídias sociais ganham destaque na construção de novas formas de associações através de relações intermediadas pelas tecnologias (RIFIOTIS et al., 2010). A construção deste fenômeno é marcadamente coletiva e cosmopolita a partir do estabelecimento de redes *online*, remetendo ao

que Callon (2004) chamou de comunidades híbridas, ou seja, uma rede de atores humanos e não humanos que projetam arranjos sociotécnicos constituindo uma nova categoria de práticas capazes de fazer emergir novos grupos e identidades.

Um dos sintomas deste fenômeno de desconstrução do formato tradicional dos restaurantes pode ser observado inclusive no universo dos restaurantes *high-end*, como é o caso Noma. O restaurante que fechou suas portas em Copenhague no ano de 2016, viajou por três meses para o México no formato *pop-up*, com a ideia de um período de imersão culinária no país. Deste modo, o *pop-up* auxilia no projeto de viabilizar formas de pesquisa e inovação para reinvenção dos restaurantes. Antes disso, em 2015, o restaurante já havia se deslocado temporariamente com a mesma proposta para o Japão e Austrália.

Outra tendência mais recente na gastronomia é a ideia de *gustaurant* ou também conhecidos por *home bistrôs*, *puertas cerradas* ou *underground restaurants*. Segundo o *Urban Dictionary*, *gustaurant* – traduzido como restaurante para convidados – é uma definição para uma nova configuração de espaços alimentares que se caracterizam por jantares promovidos por um anfitrião, geralmente chefs ou entusiastas que abrem suas casas para um grupo de convidados pagantes. A ideia por trás destes espaços é proporcionar uma refeição exclusiva transmitindo semelhante atmosfera de jantar na casa de um amigo. Devido à natureza intimista desta modalidade de jantares, a participação dos convidados é restrita e a aprovação prévia do anfitrião é necessária.

Segundo crítica do *The Guardian* (2009) os “*undergrounds restaurants*” são “festas secretas” e operam como um cruzamento entre um restaurante e uma festa. Como um restaurante, pela obrigatoriedade de pagamento ao final da experiência, e como uma festa, no sentido de que você está na casa de alguém, com um anfitrião numa cozinha regular. O detalhe é que esta configuração é considerado ilegal, e por esta razão, secreto. A explosão destes espaços nas grandes metrópoles transformou este fenômeno em tendência e muitos críticos gastronômicos acabam sendo forçados a visitar tais espaços devido sua grande popularidade. Ryzik (2008) ao lançar uma crítica sobre o surgimento destes espaços, descreve uma das experiências como uma escola de culinária de guerrilha. O jantar intitulado “explorando e apreciando um javali selvagem” começa numa fazenda, através da preparação do animal que está pendurado em um gancho de metal na cozinha. O objetivo do evento consiste em ensinar os amadores a transformar o animal em um menu de seis pratos combinados com vinho e sobremesa.

Para Albala (2016), uma das principais transformações previstas para a gastronomia no futuro é o aumento da popularidade de pequenos restaurantes temporários, cuja centralidade está em reconectar consumidores e chefs. O grande interesse dos consumidores nestes novos espaços gastronômicos cosmopolitas, diz respeito as formas de sociabilidade ligados a espaços físicos privados onde características como companhia, exclusividade e criatividade passam a ser valorizados. Além disso, estes espaços mais intimistas proporcionam novas modalidades de interação com a cozinha, com o chef e com a comida, diferentemente nos restaurantes mais tradicionais.

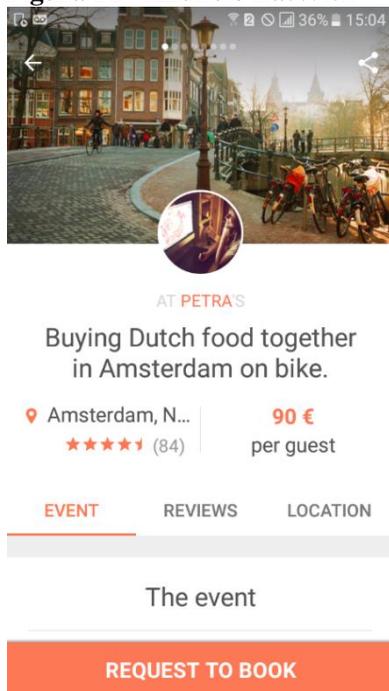
Os casos apresentados até aqui, mostram modelos destes espaços alimentares que operam em diferentes lógicas e que se consolidam como tendências contemporâneas influenciando novos modelos de negócios para a indústria dos restaurantes. Por outro lado, estes mesmos exemplos trazem à tona regimes de informalidade que subvertem o sistema regulatório do setor de bares e restaurantes que possui uma rigorosa legislação sanitária e trabalhista. Nesse sentido, as noções de (i) legalidade e (in) formalidade também se apresentam como características destes novos espaços do comer contemporâneo. Segundo Ryzik (2008), a cena destes estabelecimentos alimentares é ameaçada por sua própria popularidade. Com o aumento da visibilidade destes espaços, o risco de ser pego por órgãos de fiscalização é ainda maior, por isso a necessidade de estar em constante movimento, circulando por diversos espaços, utilizando diferentes estratégias sob o intuito de se manter na clandestinidade, com endereços secretos divulgados com poucas horas de antecedência.

Outro ponto de destaque reside no fato de que na embora alguns autores argumentem que as refeições em restaurantes podem se transformar em situações constrangedoras devido às regras de etiqueta e códigos culinários que seguem (WARDE; MARTENS, 2000), ao contrário estes novos locais podem se transformar em ambientes mais democráticos com regras alimentares mais flexíveis ao passo que essas tendências passam a ser também incorporadas pelos restaurantes mais tradicionais no fluxo destas novas adaptações (e.g restaurantes encorajando os clientes comerem com as mãos; mesas comunais, etc). Este processo de flexibilização nos restaurantes influencia positivamente os nichos dos chefs sustentáveis, pois as inovações para a sustentabilidade passam a ser melhor aceitas e apreciadas.

Outra experiência que desconstrói a lógica mais comum dos restaurantes são as experiências gastronômicas do site “*Eat With*” que,

desde 2010, opera como uma plataforma digital que conecta mais de 650 chefs profissionais e amadores de variados estilos culinários com consumidores localizados em duzentas cidades ao redor do globo. O processo é simples: para o chef é necessário criar um perfil no site, elaborar um menu e passar por um teste prévio realizado por um dos representantes do site que avalia a qualidade dos pratos. Após essa etapa, basta deixar o convite aberto para usuários de qualquer parte do mundo jantar ou almoçar na sua casa. Já para os comensais é ainda mais fácil, é necessário fazer um rápido cadastro no site através do perfil do *Facebook*, definir preferências alimentares utilizando filtros diversos como: cidade, preço, estilo culinário, local (casa, apartamento, ao ar livre), tipo de refeição (almoço, jantar, aulas de culinária) e por fim decidir em que casa irá comer. Numa rápida busca por experiências gastronômicas em Amsterdam, nós encontramos desde caminhadas turísticas seguidas de jantares ou passeios de bicicletas para compra de ingredientes seguido do jantar.

**Figura 21 - Anúncio EatWith**



The image is a screenshot of a mobile application interface for an event listing. At the top, there is a header image showing a street scene in Amsterdam with bicycles parked on the side. Below the image is a circular profile picture of a person. The text below the profile picture reads 'AT PETRAS'. The main title of the event is 'Buying Dutch food together in Amsterdam on bike.' Below the title, there is a location pin icon followed by 'Amsterdam, N...' and a rating of five stars with '(84)' next to it. To the right of the location and rating, the price is listed as '90 € per guest'. Below this information, there are three tabs: 'EVENT', 'REVIEWS', and 'LOCATION'. The 'EVENT' tab is currently selected and highlighted with an orange underline. Below the tabs, the text 'The event' is displayed. At the bottom of the screenshot, there is a large orange button with the text 'REQUEST TO BOOK' in white capital letters.

Fonte: Site EatWith. Acesso em 23 de março de 2018.

Estes novos modelos de comer fora contribuem para a popularização da gastronomia, mostrando que não somente os restaurantes caros possuem virtudes positivas, e que muitas vezes podem ser espaços marcadamente frios e impessoais. Estas novas modalidades contribuem para a convivialidade e hospitalidade de diferentes formas entre pessoas com interesses em comum. Isso quer dizer que, segundo Warde, Martens (2000) estas práticas quando dão maior ênfase a formas de sociabilidade e solidariedade entre de pessoas redes mais amplas, criam contextos de uma experiência gastronômica diferenciada. Isso ocorre porque as pessoas deslocam o foco da comensalidade (refeição e gosto) para experiências espaço-temporais coletivas, adicionado elementos a prática de comer que envolvem outras dimensões como turismo, caminhadas, pedaladas e compras etc. Nestes novos espaços percebemos uma inversão nas dinâmicas de sociabilidade mais tradicionais. Diferentemente dos restaurantes que oferecem mesas seguindo uma lógica de privacidade restrita as preferências dos clientes, estas novas configurações de refeições são realizadas em mesas comunais que induzem os convidados a interagirem entre si, tendo em vista que os lugares não são definidos pelos comensais, mas sim pelos anfitriões. O intuito parece ser resgatar a ideia de comunhão e comensalidade durante as refeições, mesmo que entre pessoas desconhecidas.

Estas experiências possibilitam novas formas de apropriação dos espaços urbanos ou rurais, motivados pela atividade gastronômica Assim como citamos o tour a pé até o local do jantar, proposto pelo site *Eat With*, ou ainda andar de bicicleta por Amsterdam, proporciona novas possibilidades para o chef e o comensal que adicionam práticas integradas ao comer e cozinhar. Assim, a experiência não se limita ao local da refeição, mas se estende aos caminhos que auxiliam na construção de um imaginário que estreita os laços entre a localidade. Estas modificações estruturais nos formatos institucionais do restaurante, traz à tona uma série de dinâmicas que questionam modelos tradicionais na gastronomia. Esta flexibilidade no ramo de restaurantes torna o mercado ainda mais aberto para inovações nas mais diversas áreas, em que a sustentabilidade destaca-se como uma das principais.

Tendo estes casos em mente, nós questionamos nossos entrevistados sobre a necessidade do chef de ter um restaurante nos dias de hoje. As respostas convergiram no sentido de que todas estas experiências são muito interessantes para as inovações no mercado da gastronomia, mas o restaurante é indispensável para o chef. O restaurante é o lugar de criação do chef por excelência, de modo que dá a estrutura

para uma dinâmica própria para a experiência gastronômica, principalmente quando questões de sustentabilidade passam a ser ativadas na prática culinária. “Montar um restaurante do zero não é nada sustentável” nos disse um dos chefs, referindo-se a necessidade de ter processos internos claros para evitar as limitações impostas pelo entorno de um restaurante que “viaja”.

Estes esquemas que identificamos ao longo do trabalho de campo, embora não estejam diretamente ligados a uma noção de sustentabilidade, são fatores importantes que reorganizam a infraestrutura dos restaurantes enquanto espaços alimentares que nos interessam estudar e que são importantes no nosso campo de interesse. Perceber estas transformações e problematizar estes formatos se faz necessário pois ela indica importantes caminhos no universo gastronômico e que devem ser pesquisadas com maior profundidade.

## CAPÍTULO 4 - COMIDA DIGITAL: PRÁTICAS CULINÁRIAS ONLINE E SUSTENTABILIDADE

It is good, the neighbors, the people with the right mentality and the right ethics to be out of reach a broad audience and people outside this industry. I mean, one chef can have 15.000 followers, 15.000 people every day might see something. It is good for the industry, it is good for the environmental, it is good for many things (RESTAURANTE RALAE, 2017).

Ao abrirmos aleatoriamente o perfil no *Instagram* do Noma, as postagens do dia revelam algumas informações interessantes sobre a rotina do restaurante, trazendo alguma intimidade mesmo para alguém que nunca esteve lá. Enquanto esta frase é escrita numa tarde quente de março em algum lugar do Sul do Brasil, sabemos que hoje em Copenhague neva. Vimos que os experimentos gastronômicos do dia envolvem polvos e também é possível ver as novas cadeiras do restaurante, feitas sob medida por uma empresa dinamarquesa que trabalha com madeira desde 1886. Também podemos ver o que o *staff* comeu em seu café da manhã, bem como conhecer dois dos novos integrantes da equipe, um garçom dinamarquês e uma chef americana. Se você, leitor, abrir o *Instagram* do Noma no momento em que lê esta frase, você também vai se deparar com uma série de informações que provavelmente o surpreenderá.

O compartilhamento de informações, imagens e vídeos do Noma aponta para algo comum no cotidiano das cozinhas dos restaurantes. A utilização das mídias sociais entre os chefs demonstra o alargamento do espaço de compartilhamento de informações sobre o universo gastronômico de longo alcance. Basta ter um celular para que qualquer pessoa possa compartilhar o que comeu no café da manhã em Florianópolis, ou o que cozinhou para o almoço em Amsterdam ou ainda postar o jantar num restaurante em Copenhague. A comida tem se tornado um dos principais conteúdos presentes nas mídias sociais e compartilhar o que se come no *Instagram* tornou-se uma prática ordinária dentre os milhões de usuários destas redes. Além de sua percepção sensorial e nutricional, a comida também tem o papel de comunicar algo, mesmo quando apenas comemos “com os olhos”.

Quando a estratégia de pesquisa consiste em seguir os atores, os caminhos da pesquisa podem nos levar para lugares desconhecidos. Embora as mídias sociais estejam cada vez mais presentes na nossa vida cotidiana, a forma como utilizamos esses dispositivos no dia a dia e que dinâmicas que estes usos produzem na contemporaneidade ainda permanecem pouco estudados. Quando iniciamos esta tese abordando a dimensão sustentável dos restaurantes, pesquisar estas dinâmicas culinárias online não fazia parte do nosso projeto. Este foi um direcionamento traçado pelos próprios chefs, que nos conduziram por este trajeto. Nosso interesse inicial em utilizar o *Instagram* tinha o intuito de transpor as fronteiras geográficas da pesquisa, mas com o tempo, notamos que a utilização das mídias sociais por chefs e restaurantes é mais do que uma ferramenta de comunicação, é um dos seus ingredientes.

Portanto, neste capítulo, vamos a analisar qual a importância do *Instagram* para gastronomia, a partir de uma análise que priorizou os perfis dos chefs e instituições gastronômicas. O objetivo é mostrar diferentes dimensões na mobilização da sustentabilidade nestas redes, demonstrando a irradiação da influência dos chefs. Se os alimentos passam a ser centrais nestas mídias, os chefs se alimentam disto, e, igualmente, alimentam os seus seguidores.

#### 4.1 - IMPORTÂNCIA DOS ESTUDOS SOBRE MÍDIAS SOCIAIS NA ERA DIGITAL

A importância das tecnologias digitais<sup>21</sup> no cotidiano tem trazido uma série de desafios de pesquisa, sobretudo pela própria natureza dinâmica destas tecnologias que se constroem e reconstroem modificando-se velozmente, bem como pelas múltiplas formas que os usuários utilizam e as incorporam no seu dia a dia. Tanto a Sociologia quanto a Antropologia têm avançado no sentido em que passam gradativamente, através de subdisciplinas, a adicionar os estudos das dinâmicas online. Estes estudos são cada vez mais relevantes devido a amplitude do uso da internet na vida cotidiana, fortalecendo o entendimento de que estes fenômenos não devem ser estudados somente de maneira isolada, pois estes dispositivos *online* permeiam amplamente toda a vida *off-line*, tornando difícil “justificar uma separação a priori da internet como um espaço independente do campo” (HINE, 2014, p. 169).

---

<sup>21</sup> A noção de digital pode ser entendida como tudo o que pode ser reduzido em código binário: zeros (0s) e uns (1s) (HORST, MILLER, 2015).

As tecnologias digitais estão enraizadas na nossa vida, nos conectando uns com os outros através de plataformas que estão em permanente transformação. A utilização de *smartphones*, computadores, mídias sociais e aplicativos de celular, são mediadores importantes que modificam nossas experiências diárias, a partir da nossa presença num ambiente *online*. Essas relações mediadas produzem novas associações e novas formas de sociabilidade *online*. As pesquisas de Hine (2000, 2005, 2015) sobre a o papel destas novas tecnologias na construção do conhecimento são importantes, pois passaram a assumir os ambientes técnicos como seu objeto de estudo e local de investigação através de metodologias virtuais qualitativas para a pesquisa científica. Neste sentido a internet passou de um artefato cultural para uma infraestrutura tácita onde plataformas digitais se estabelecem e que ganham maior uso no cotidiano das pessoas. Isto implica que passamos a viver em um contínuo *on-offline*, onde estamos constantemente conectados em rede mediadas por plataformas, onde consumimos, criamos e compartilhamos conteúdos (MISKOLCI, 2016).

É necessário esclarecer que o termo virtual terá o seu uso restrito nesta tese, pois acreditamos que sua definição se constrói em oposição ao real. O termo virtual carrega consigo a ideia de algo que possui apenas a potência de existir, algo que foge do domínio da realidade. Conforme já mencionamos no primeiro capítulo, a concepção de realidade que dá base a este estudo, mobilizado através do conceito de ontologia múltipla, reconhece o poder gerador de realidade de outros tipos entidades. Com esta estratégia queremos evitar estes dualismos teóricos que aparecem como limitadores para a pesquisa. Acreditamos que ao utilizar a ideia de virtual, nós não atribuímos de forma efetiva a materialidade envolvida nestas tecnologias e as dinâmicas sociomateriais que elas produzem. Esta oposição, no qual se dissociam estas duas esferas, não dá conta de mostrar seu caráter relacional e auto influenciador (MISKOLCI, 2016). O termo também mostra-se problemático quando usado como um adjetivo que busca diferenciar um tipo específico de dimensão que visa descrever, por exemplo etnografia virtual, mundo virtual ou realidade virtual. O seu uso busca criar uma clara distinção entre o tipo de domínio que se está interessado pesquisar, e nosso objetivo é mostrar que estas dinâmicas online reivindicam uma realidade própria que possui entidades específicas, mas que não necessariamente ocorrem descoladas numa dimensão alternativa. Miskolci (2016) argumenta que embora os conceitos de ciberespaço e virtual sejam amplamente difundidos, eles mostram-se limitados no sentido de que estes tipos de relações mediadas

não ocorrem num universo à parte, ao contrário, elas ocorrem num fluxo contínuo *on-offline*. Deste modo este tipo de comunicação não consiste num espaço, mas antes uma ferramenta que as pessoas mobilizam para se conectar diante duma experiência corporificada. Por outro lado, nós também reconhecemos, assim como propõe Hine (2015), que o termo virtual refere-se a um recurso heurístico capaz de situar um importante debate entre pesquisadores envolvidos em estudar a capacidade de dar sentido a internet, pois a palavra opera como um ponto de encontro que reúne pessoas com interesses de pesquisa semelhantes.

Para Van Dijck (2013), é somente a partir da *Web 2.0*<sup>22</sup> que se passou de um tipo de comunicação em rede para uma sociabilidade que passa a ser moldada por estas plataformas digitais, passando de uma cultura participativa mediada pela tecnologia para a conectividade. Esse argumento busca criticar a visão simplista de tais tecnologias como facilitadoras da comunicação, e aponta para a centralidade do caráter automatizado da conexão *online* entre pessoas. Isso significa que estas formas de sociabilidade envolvem novos mecanismos, como logaritmos e botões, mas elas também acionam subjetividades que demarcam gosto e afetos. Para Miskolci (2016) a ampla difusão da banda larga e dos sites refletiram numa maior socialização das redes digitais ao passo que as formas de sociabilidade passaram a ser igualmente mais técnicas.

Um fator importante a se destacar está relacionado a uma nova forma de agir nas plataformas *online*. Isso ocorre em grande medida pois, diferentemente da mídia de massa, os usuários de mídias digitais não são apenas consumidores-receptores isolados; eles são potencialmente criadores e emissores de conteúdo digital que passaram a se conectar entre si. Isso pode ser observado no fenômeno contemporâneo na internet que são os chamados *influencers*. Os influenciadores são indivíduos com perfis digitais que são considerados experts ou que adquiriram certa reputação em determinados tópicos como, comida, moda, fitness, dentre outros, e que possuem um grande número de seguidores. Segundo Latour *et al* (2015), os perfis são atores que auxiliam a entrada para novas discussões dentro da teoria social. Os perfis inscritos nos aplicativos como o *Instagram*, por exemplo já se configuram como atores-rede, já que sua existência depende de suas relações com outros perfis (e.g amigos, seguidores). Ainda para estes autores, a necessidade de localizar

---

<sup>22</sup> O termo *Web 2.0* é utilizado para demarcar um a segunda geração da comunidade e serviços na internet cuja ideia consiste em tornar o ambiente *online* mais dinâmico e fazer com que os próprios usuários colaborem para a organização de conteúdo.

precisamente um ator depende igualmente da capacidade de posicionar a rede de atores em que ele está inserido.

Os perfis influenciadores, ao publicar informações respectivas aos seus interesses pessoais, tem um grande poder em influenciar os hábitos das pessoas devido ao alcance de viralização de suas postagens, ou seja, a capacidade inerente de gerar visualizações e “likes”. Sendo assim, através do compartilhamento de seus hábitos de consumo, eles passam a ter forte influência sobre o que as pessoas comem, vestem e consomem. O mercado dos influenciadores passou a ser fortemente ampliado a partir do investimento massivo de empresas que passam a criar novos canais de publicidade intermediado por estes atores, cuja capacidade está não somente em influenciar a percepção dos usuários sobre as marcas e empresas e aumentar o consumo, mas também por estes perfis atuarem como *hubs* que direcionam o engajamento de seguidores para outras direções. Deste modo, a propaganda quando veiculada nas mídias sociais passa a perder seu caráter de formato televisivo de pequeno vídeo demonstrativo e passa a ser mostrado através do uso do produto ou serviço incorporado no cotidiano pelo influenciador. Atualmente, segundo reportagem da Folha de São Paulo 20 de setembro de 2017, o *Instagram* possuía até este ano, cerca 800 milhões de usuários<sup>23</sup>, sendo que destes, 15 milhões são de perfis comerciais e 2 milhões de anunciantes no mundo todo.

Observamos essa tendência ao analisar os perfis dos chefs no *Instagram* e o grande número de seguidores de suas contas. Notamos que os chefs são potencialmente dotados da capacidade de influenciar os seus seguidores através de suas alegações sobre alimentação e sustentabilidade, conforme mostraremos nas próximas seções.

## 4.2 METODOLOGIAS DE ESTUDO DE FONTES ONLINE

É necessário esclarecer que ser um pesquisador na internet requer estratégias de pesquisa e inserção que usualmente são entendidas como tratando-se de um fenômeno estudado do lado de fora<sup>24</sup>. Conforme aponta

---

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1931057-com-50-milhoes-de-usuarios-brasil-e-segundo-no-ranking-do-instagram.shtml>. Acesso em 09 de junho de 2018.

<sup>24</sup> Aqui fazemos referência a ideia de que o pesquisador por estar do lado de fora do computador fosse algo externo a pesquisa online.

Hine (2015) demarca o caráter de inovação para a pesquisa na internet pode ser uma importante fonte para inscrever pesquisadores no campo bem como a negociação de uma adequação metodológica. Deste modo, ser um pesquisador *online* requer um tipo de sensibilidade para a pesquisa que não envolve relações físicas e presenças com os sujeitos de pesquisa, e que demanda certa habilidade perceptiva para compreender como as atividades online produzem sentidos.

Hine (2015) propõe um tipo de metodologia antropológica que auxilia em dar um direcionamento para compreensão destas dinâmicas. Ao mobilizar a etnografia aplicada a internet, ela chama atenção para três aspectos gerais que, alinhados a metodologias específicas, auxiliam para conectar o *online e off-line*. Vale lembrar que ao utilizar estes elementos na tese, o objetivo consiste em mobilizar estas inspirações antropológicas e delimitar as bases metodológicas de pesquisa para análise de nossas fontes *online*, mas nós não levaremos a cabo uma etnografia. Hine (2015) chama estes princípios gerais metodológicos de E<sup>3</sup>, cujo significado original deriva dos termos em inglês que significam: *Embedded, Embodied e Every day*.

A noção de *embedded* será traduzida como permeação, e ela ajuda no entendimento do caráter de conexão múltiplo das dimensões associadas (*online e off-line*). Estas dimensões imprecisas são altamente permeáveis criando estruturas de produção de significado que conduzem a uma noção de campos móveis, conectivos e multiespaciais.

Já a noção de *embodied* remete a ideia de incorporação do pesquisador no âmbito do campo de pesquisa. O método etnográfico se distingue dos demais pois utiliza as experiências incorporadas do pesquisador como significados primários de pesquisa. Ao contrário de outros métodos os quais aspiram desenvolver instrumentos de coleta de dados despersonalizados e *standards*, a etnografia baseia-se no engajamento do pesquisador com o campo, coletando dados e interpretando resultados. Isso produz uma experiência de pesquisa incorporada que envolvem dimensões práticas, técnicas e corporais específicas, mediadas por artefatos técnicos (computadores, celulares e botões). Esta dimensão é particularmente importante, pois ela configura o tipo de posicionamento no campo do pesquisador na internet, ou seja, ela nos coloca desde de dentro, como um elemento interativo durante o processo de pesquisa. Ao criarmos uma perspectiva individualizada na internet através da navegação, nós seguimos caminhos a partir de *links, websites* e perfis digitais específicos, e estas escolhas produzem

experiências de pesquisa que inferem diretamente sobre aqueles que estudamos.

Por último, a autora destaca a dimensão *Every day*, trazendo a noção de cotidiano para o objeto de pesquisa. A ideia de cotidianidade da internet chama a atenção para tendência das plataformas individuais *online* serem tratadas como infraestruturas que passam despercebidas na maior parte do tempo. Desde modo, assumir uma perspectiva crítica de pesquisa, tanto sobre a falta de percepção da internet cotidiana bem como a internet tematizada, contribui para notar o que se torna evidente quando percebemos a internet como algo dado no cotidiano, bem como em elucidar em quais momentos traze-la à tona mostra que seu papel é importante.

#### **4.2.1 - Construindo uma metodologia para o uso do *Instagram***

O restaurante na era digital não está reduzido a sua presença nas mídias sociais. Os usos de tecnologias de informação nos restaurantes estão ganhando cada vez mais espaço nas rotinas de restauração, e podem ser observados desde os menus e cartas digitais, aplicativos de pedidos *online*, gestão e controle das reservas por sites próprios ou por plataformas como o *The Fork* e mais recentemente *Airbnb*, ou ainda aplicativos de senhas, que avisam o cliente quando sua mesa está disponível.

Dentre estas inúmeras ferramentas de inovação no mercado da gastronomia, o *Instagram* chama atenção pela sua ampla utilização e merece uma análise mais profunda. O *Instagram* é um aplicativo de compartilhamento de imagens baseado em dispositivos móveis, que permite aos usuários compartilhar fotos e vídeos públicos ou privados. O aplicativo foi lançado em 2010 e dois anos mais tarde foi adquirido pelo *Facebook*. Ao longo destes 8 anos, o *Instagram* passou por inúmeras transformações no que diz respeito ao seu *layout*, funcionalidades e interatividade, adicionando constantemente novos recursos e tipos de conteúdo.

Para além de uma ferramenta de comunicação, o *Instagram* é um ambiente híbrido no sentido de que possibilita múltiplos usos, que vão desde formação de grupos, construção de gostos, espaços de engajamento político até modelando mercados e consumos, conectando pessoas, lugares e objetos. Uma grande parte do conteúdo publicado e compartilhado no *Instagram* está relacionado a comida. O aplicativo

permite apresentar novos ingredientes, receitas e pratos, tornando-os acessíveis e desejáveis. Assim, tais ferramentas estabelecem um canal de conversação sobre o que, como, onde e porque se têm determinadas escolhas alimentares. Para Jiménez (2014) a revolução digital proporciona uma constante conectividade, o que transforma as formas como se comunica e percebe a comida. Estas novas tecnologias se convertem em lugares de reconhecimento, descobrimento e o espaço onde se cria novas recordações sobre os alimentos. As redes sociais também representam uma importante arena política de espaço livre e permanente para a discussão, onde há troca de informações sobre nutrição, alimentos, marcas, denúncias e publicização dos riscos alimentares e ambientais. Um estudo realizado pela Consultoria Hartmann em 2012 acerca do impacto da tecnologia da informação sobre a cultura alimentar revela que 54% dos entrevistados nos Estados Unidos usam as redes sociais para compartilhar suas experiências alimentares, assim como 42% afirmam utilizar as mídias sociais para obter conselhos sobre alimentação, e 39% dos entrevistados acessam as redes quando comem sozinhos. Do total de entrevistados, 43% consultam as mídias enquanto preparam suas receitas sendo que destes, 45% acessam as receitas consideradas saudáveis. A pesquisa ainda revela que o almoço é a refeição onde os usuários acessam mais frequentemente as redes sociais, representando 55% do total dos entrevistados.

A dinâmica do *Instagram* funciona mais ou menos assim: Os usuários, através de seus perfis, compartilham em seu mural (*feed*) uma combinação de imagens ou vídeos, pequenos textos e *hashtags* que ficam permanentemente em seus perfis. As imagens podem ser editadas através do uso de filtros ou configurações de fotografia básica, e permitem adicionar a localização como uma cidade ou restaurante, por exemplo, e também marcar outros perfis como de pessoas ou marcas. As postagens podem ter caráter público ou privado, e isto interfere diretamente na interação dos outros usuários com a postagem. Os demais perfis podem interagir com o *post* de três maneiras distintas e simultâneas: curtir a postagem, salvar o conteúdo numa pasta pessoal e comentar. Outra funcionalidade mais recente do *Instagram*, é o *Insta Stories*, que permite ao usuário postar uma série de imagens ou vídeos curtos de caráter temporário que expiram num período de 24 horas e são apresentados no formato de slides. Os *Stories* são mais dinâmicos e interativos, permitindo além dos formatos citados, transmissões ao vivo, criar imagens animadas conhecidas como *GIFs* (*Graphics Interchange Format*), ou ainda

rebobinar a filmagem num vídeo ao contrário, dentre outros. Os *Stories* podem ser respondidos por outros usuários e também compartilhados.

Malini (2016), ao discutir contextos de mobilização política no *Twitter*, chama a atenção para questões importantes que podem ser generalizadas para nossa pesquisa no *Instagram*. O autor parte da ideia de que as plataformas *online* são atrativas, pois elas removem os intermediários na rede, gerando a ilusão de que a velocidade na comunicação equivale a eficiência da informação. Isso quer dizer que especialmente nas redes sociais, as causas (das mais variadas naturezas) ganham simpatizantes através de uma automatização do apoio que é materializado através das curtidas e compartilhamentos. Este apoio, pode ser compreendido como premiações que atribuem a determinada postagem a atenção na mídia e que possui grande apelo imagético. Portanto o sucesso da postagem está diretamente relacionado a quantidade de “likes” ou apoio recebido. Essa dinâmica é importante para o contexto da pesquisa, entretanto nós deixaremos de fora a análise no que se refere aos tipos de interação entre o chef e os demais usuários.

Para sistematizar nossa proposta em utilizar o *Instagram* como uma das fontes que contextualiza como os chefs utilizam estes recursos para performar um tipo de culinária específica, optamos por utilizar algumas das categorias próprias do aplicativo. Deste modo vamos construir a narrativa com base na análise das categorias que, no nosso entendimento, são mais reveladoras para a contextualização do objeto. As categorias são: *hashtags*, *Stories* e fotos, textos, e marcações de localização.

#### **4.2.2 - Hashtags**

Ao longo de 4 anos de pesquisa no *Instagram*, pudemos perceber o alcance do conteúdo gerado pela comida nestas mídias, e fez-se uma breve análise das principais palavras-chaves publicadas identificadas como mais importantes quando os *posts* são relacionados a comida no *Instagram*. As *hashtags* (#), ou sustentidos como são conhecidos estes símbolos, são ferramentas utilizadas nas mídias sociais que operam como eixos aglutinadores de conteúdos cuja finalidade é unificar temáticas e pessoas com interesses em comum, ou seja, ao colocar uma *hashtag* na frente de uma palavra, como por exemplo #food, o buscador do aplicativo irá reunir todo o conteúdo publicado em que perfis utilizaram a mesma *tag*.

Nós identificamos as principais *tags* relacionadas a comida compartilhadas no aplicativo a partir da verificação da regularidade em que elas apareciam vinculadas aos posts dos usuários. Isto não quer dizer que elas sejam as únicas, mas são as que possuem maior volume de postagens quando articuladas ao conteúdo ligado ao comer. No quadro abaixo, criou-se um esquema que mostra a quantidade de resultados gerados na busca por estas palavras-chaves em dois momentos distintos. No primeiro momento, março de 2016, período no qual qualificou-se o projeto de tese, tinham-se determinados dados que já indicavam o grande volume de compartilhamento de imagens utilizando estes marcadores. Já em março de 2018, decidiu-se refazer a busca para verificar estes números novamente e entender como o volume de postagens se comportou.

**Quadro 1 – Principais *hashtags* relacionadas a comida compartilhadas no *Instagram* (2016-2018)**

#hashtags	09/mar/16	27/mar/18	Crescimento (%)
#food	185.337.713	266.510.938	43,80%
#realfood	1.425.077	4.756.535	233,77%
#healthyfood	12.103.285	41.496.763	242,86%
#eatclean	28.750.792	49.894.789	73,54%
#organic	11.869.160	27.453.134	131,30%
#slowfood	285.839	948.870	231,96%
#comidadeverdade	684.013	3.637.784	431,83%
#foodporn	84.233.459	154.513.194	83,43%

Fonte: Elaborado pela autora

Vale esclarecer que não foi relevante para a pesquisa adicionar *tags* como *#sustainablefood* ou *#comidasustentável*, por exemplo, pois esta não é um *tag* amplamente utilizada nas redes pelos usuários. Apesar delas existirem e serem utilizadas por alguns perfis, ao compararmos seu volume de compartilhamento com as *tags* acima descritas, elas ocorrem em menor frequência. Acredita-se que isso se deve principalmente pelo

entendimento dos usuários de que a sustentabilidade aparece atrelada a ideia de saudável. Ou seja, a comida real/de verdade no sentido que não é artificial ou industrializada possui igualmente traços de sustentabilidade. Isso indica que, quando se trata da percepção da comida nas mídias sociais a noção sustentabilidade passa a ser englobada por uma ideia de saudável.

Outra característica importante a se esclarecer é que as postagens geralmente combinam diferentes *hashtags* num mesmo compartilhamento. Isso explica porque o termo genérico *#food* aparece em maior volume. Ele é um termo que aparece ligado em múltiplos aspectos do comer/cozinhar e por essa razão um marcador generalista. Com o aumento da diversificação de palavras-chaves que conferem maior especificidade as postagens, ele apresenta um volume menor de crescimento, pois ele pouco diz sobre as especificidades do tipo da comida que é compartilhada e portanto passa a ser usado como uma *hashtag* acessória.

Já as *tags* *#realfood* e *#comidaverdade*, geralmente vem acompanhada da prática de cozinhar. Ela caracteriza um tipo de comida que foi preparada por mãos humanas e que geralmente possui ingredientes de qualidades intrínsecas e subjetivas. Ela é utilizada como um marcador que reforça a dimensão artesanal, e, que ajuda traduzir parcialmente, as novas moralidades em torno do cozinhar e da construção do conhecimento alimentar como parte do lazer e esforço individual, e que por esta razão, passam a ser compartilhados com os demais. O crescimento destacou-se mais no termo *#comidaverdade* no contexto brasileiro, embora as *hashtags* em inglês sejam universais no aplicativo.

O termo *#healthyfood* de outra forma, chama a atenção para uma dimensão saudável e nutricional dos pratos. A *hashtag* geralmente acompanha a postagem de pratos que possuem níveis reduzidos de calorias ou receitas que são adaptadas para serem mais saudáveis. Elas também são amplamente utilizadas dentro de uma área que se expande velozmente dentro das mídias que é o universo *fitness*, onde uma combinação de *lifestyle* saudável que envolve rotinas alimentares e exercícios físicos são postadas diariamente.

Já os termos *#eatclean*, *#organic* e *#slowfood* referem-se mais a caracterização dos tipos de ingredientes postados. Geralmente eles são compartilhados com intuito de destacar a pureza dos ingredientes e suas virtudes naturais preservadas. As *tags* são mais utilizadas para mostrar a procedência dos ingredientes, a ausência de agrotóxicos e seu frescor. Seus crescimentos foram menores se comparados aos demais, sendo que

o termo *#slowfood* pode, ou não, estar relacionado ao movimento social *Slow Food*.

Já o termo *#foodporn* é utilizado quando os usuários postam fotos que não são consideradas saudáveis. O termo faz analogia a pornografia e está diretamente ligada a publicação de fotografias de pratos com grande quantidade de açúcares ou gorduras que neste contexto são considerados impuros. Quando a *tag* é compartilhada, geralmente ela é postada com um caráter de indulgência alimentar, em que os usuários permitem-se a atitudes hedonistas. Estas dinâmicas são particularmente muito interessantes para um estudo de cultura alimentar *online*, mas não foram melhor aprofundadas nesta tese pois se distancia-se em parte do tópico principal, mas que pretendemos abordá-las em futuras publicações. Seu crescimento nos dois últimos anos foi o segundo menor das *hashtags*, embora seu volume de postagem seja o segundo maior em volume geral, menor apenas que o genérico *#food*.

Estas análises foram feitas no *Instagram* de maneira geral, e não somente no perfil dos chefs e restaurante que estudamos. Incluiu-se estes dados neste capítulo por duas razões específicas. Apesar dos dados não estarem diretamente ligados a questão da sustentabilidade entre os restaurantes e chefs, eles mostram um tipo de comportamento alimentar *online* que afeta igualmente o mercado gastronômico. Entender como estas dinâmicas ocorrem num ambiente *online*, ajudam a entender os comportamentos *off-line* e traduzem preferências e gostos importantes para o segmento de restaurantes, e para mapear as tendências alimentares que ocorrem num nível onde escolhas mais saudáveis também fazem parte de escolhas mais sustentáveis. A segunda razão, busca demonstrar empiricamente como os dados digitais podem ser uma ferramenta importante a pesquisa sociológica. Além dos dados qualitativos facilmente verificáveis, o *Instagram* também oferece uma possibilidade de análise de *big data* que é facilmente acessível ao pesquisador.

Pesquisa de *big data* realizadas por Malini (2016) para analisar movimentos politizados no Brasil, por exemplo, identificou que é comum que ações de rua com alto impacto no *Twitter* sejam simplificadas em uma hashtag, como *#vemprarua* ou *#contraatarifa*, para citar alguns exemplos. No contexto alimentar no *Instagram*, estas causas ocorrem igualmente num sentido que transita no continuum *on-off*. Além das *hashtag* analisadas, um exemplo mais prático destas ações são as múltiplas campanhas contra o uso de agrotóxicos que migrou para o *Instagram* no formato de uma petição *online* através de *#chegadeagrototoxicos*. Já no fluxo inverso, a *#anvisaperguntapramim* pressiona o órgão ANVISA a

estabelecer uma consulta pública para que a população possa opinar sobre a mudança no modelo de rotulagem nutricional dos alimentos. Estes dois exemplos mostram como campanhas ligadas a sustentabilidade alimentar possuem fluxos do digital para *off-line* e vice-versa de uma forma muito fluida e relacional, mostrando que estas informações públicas de grande mobilização coletiva, podem ajudar a traduzir situações de pesquisa sem precedentes.

#### **4.2.3 - O *insta stories* e a familiaridade com o campo**

Os *Stories* são uma das funcionalidades do *Instagram* que foram adicionadas mais recentemente. Num primeiro momento, não fazia parte de uma categoria analítica para esta seção, entretanto um fato curioso aconteceu ao decorrer da pesquisa e isso fez com que optássemos por inclui-lo. Como já mencionamos, uma das etapas empreendidas no trabalho de campo consistiu de visitas a restaurantes e entrevistas com chefs em três países diferentes. Nós já tínhamos alguma familiaridade com as cidades brasileiras que realizamos as visitas e entrevistas nos restaurantes, mas era nossa primeira vez na Holanda e Dinamarca. Acompanhar os *Stories* dos chefs e restaurantes passou a ser uma atividade corriqueira no cotidiano da pesquisa, em que checávamos estas mídias algumas vezes ao dia. A exemplo do texto introdutório desta seção, os posts diários dos chefs faz com que adentremos no restaurante de uma forma excepcional. Passamos a reconhecer os rostos, os pratos, a decoração, o menu, os bairros, e a cidade de uma maneira muito íntima, mesmo que nunca tivéssemos estado nestas cidades anteriormente. Certa vez, ao caminhar pela região central de Copenhague pela primeira vez, ocorreu o estranhamento de parecer já ter estado ali. Pudemos reconhecer o prédio do Noma, que estava fechado há alguns meses, mesmo sem ter o menor indício de sinalização (placa ou letreiro). Sabíamos que se seguíssemos em determinada direção, a partir do Noma, chegaríamos ao 108 e em seguida o *Papirøen*, embora nunca houvéssimos pisado lá.

Já em outra situação de pesquisa, estávamos jantando num restaurante em Copenhague. Optamos por este, pois o considerávamos um dos restaurantes mais importantes para a pesquisa, mas sua assessoria de imprensa havia declinado nosso pedido de entrevista pois a agenda do chef estava cheia para os próximos meses. Optamos por ir mesmo assim, pois nossa experiência no restaurante traria elementos importantes para a pesquisa. Por sorte, sentamos numa mesa muito próxima da cozinha, que

era aberta e interativa. Cada prato que saía de cozinha era trazido por um dos muitos cozinheiros, numa espécie de rodízio sincronizado entre eles. Ao entregar o prato, faziam uma breve explicação do que estava sendo servido, contando um pouco sobre a origem de cada ingrediente e como o prato foi pensado em diálogo com os demais, utilizando os ingredientes numa tal lógica de evitar o desperdício e criando vínculos entre todos os pratos do menu da noite. Nosso primeiro prato foi trazido pelo *head chef*. Sabíamos quem ele era já de antemão, pois o seguíamos no *Instagram* por algum tempo. Imediatamente me apresentei como pesquisadora e falei do propósito da visita. Como resultado, tivemos um atendimento especial e extremamente detalhado do funcionamento do restaurante e do menu, que ainda resultou numa entrevista no dia seguinte, numa pequena brecha da agenda chef. Esse caso demonstra que a mediação do *Instagram* operacionalizou uma situação de pesquisa muito particular, que de outro modo não ocorreria.

Além destes casos emblemáticos de pesquisa, o Instagram também nos serviu como um contato direto com os chefs. Devido ao status de celebridade que muitos deles têm alcançado recentemente, uma entrevista com fins acadêmicos não é uma prioridade para suas assessorias de imprensa. Novamente, após muitos “nãos” destes profissionais, nós tentamos contato direto com os chefs em suas contas privadas. Muitos chefs nos ignoraram, mas alguns gentilmente nos responderam curiosos sobre a pesquisa e facilitando a realização da entrevista.

Numa ordem metodológica, uma pesquisa realizada mediada pelo *Instagram*, desconstrói as imagens mentais que temos sobre trabalho de campo, numa perspectiva mais clássica do termo. Segundo discutem Leitão e Gomes (2008) a divisão sistemática em campo, como lugar onde o pesquisador se desloca para a coleta de dados, e a casa/biblioteca para onde o pesquisador retorna para a análise dos dados se fundem. O que ocorre é uma projeção digital do pesquisador no campo, pois temos uma experiência mediada por uma plataforma que nos permite estar lá, mesmo não estando, operando como “a tecnologia digital é tanto o meio de transporte que executa a viagem quanto o ambiente no qual o campo acontece” (LEITÃO; GOMES 2008, p.26). Sendo assim, muitos transportes foram utilizados para operacionalizar esta pesquisa: aviões, trens, ônibus, caminhadas e *Instagram*.

Esta questão é pertinente ao discutir a utilização de ferramentas digitais no trabalho de campo, pois diferentemente do trabalho de campo “analógico” ou presencial, ela deixa de ser feita a partir da interação face a face, mas em ambientes digitais promovidos pela interferência direta

objetos técnicos. Isso chama atenção para a desestabilização da centralidade dos humanos, ou seja, a presença humana pode ser materializada através de diferentes formas, que podem estar completamente fundidas a outras formas de presença que precisam ser aprendidas pelos pesquisadores para serem manipuladas (LEITÃO; GOMES, 2008).

#### **4.2.4 - Colocando os restaurantes no mapa: as marcações de localização no *Instagram***

Um dos possíveis recursos que podem ser adicionados ao compartilhamento de imagens no *Instagram* relaciona-se a sua localização geográfica. Isso permite ao usuário, através de um sistema de GPS do celular, compartilhar nas redes o local em que a foto está sendo publicada. A localização pode ser uma cidade, um bairro, um museu ou um restaurante, por exemplo. A funcionalidade de localização utilizadas pelos chefs no *Instagram* é particularmente importante na nossa pesquisa, pois ao perceber-las, também passamos a seguir suas trajetórias gastronômicas. Um chef como Alex Atála pode ir de aldeias Guaranis em algum ponto da floresta Amazônica até um festival de gastronomia sustentável na Rússia num período muito curto de tempo. Entender estas trajetórias geográficas mobilizadas pela gastronomia trouxe importantes elementos para compreender quais são os espaços em que os chefs estão inseridos e como suas redes se constituem. Assim o dispositivo de localização quando ativado nos posts, permite visualizar as alianças, colaborações ou os lugares que o chef acha relevante compartilhar com seus seguidores.

As mídias sociais são capazes de colocar os restaurantes no mapa, a exemplo do trecho abaixo, no sentido de que mesmo pequenos restaurantes, em lugares distantes podem ganhar muita projeção e visibilidade dentro destes ambientes técnicos. As fronteiras do restaurante ampliam-se através destas redes *online*. Perguntamos a um de nossos entrevistados sobre a importância do *Instagram* para o restaurante hoje em dia:

Making people more aware of what is out there, I mean If you have maybe a restaurant, if you take Faviken for example, the small restaurant in the very north of Sweden, perhaps before this, no one except for the very exclusive sort of community of

hospitality industry, people into eat in the a very high restaurant could have know about. So, for me as well, elBulli in Spain is very popular, for me I have no ideia about because social media was no there in the 90', you know, the early 2000 when they were in the high, just really after we knew about it. So you see now a lot of small restaurants that are using social media to make people aware of they are there and doing something. They are getting a broader audience not just exclusive people, food bloggers. Now everyone can potentially know about it (Restaurante Ralae).

Durante a pesquisa, este foi um dos artifícios que utilizamos para descobrir novos restaurantes, seguindo a rede indicada pelo chefs estudados. Também foi possível identificar o tipo de relação que os chefs tinham uns com os outros e como eles expandiam as redes através de laços de amizade e apoio. Este apoio pode ser visto quando chefs muito influentes, como Redzépi, por exemplo, sai para jantar em pequenos ou novos restaurantes, e sua presença no local faz com os holofotes das mídias direcionem-se para as suas escolhas pessoais. Portanto, este recurso do aplicativo auxiliou a perceber estas estreitas relações entre chefs, que de outro modo seria impossível de se viabilizar para esta tese.

#### 4.3 - COMENDO COM OS OLHOS: AS MÍDIAS SOCIAIS COMO INGREDIENTE DA GASTRONOMIA

Na matéria do *The Hartman Group* <sup>25</sup> (2014) se afirma que 70% dos consumidores americanos entrevistados utilizam recursos digitais relacionados a alimentação pelo menos uma vez por semana. Esse dado demonstra que checar online receitas ou restaurantes que orientem a experiência gastronômica, tornou-se uma tarefa quase que banal quando pensamos em comer na contemporaneidade. As tecnologias digitais integram a vida das pessoas e fazem parte de uma nova paisagem alimentar. Pensar a relação entre comida e *Instagram* implica necessariamente destacar sua dimensão imagética. A ideia de que a comida precisa sair “bem na foto” não é totalmente nova. Este é um

---

25

Disponível em: <http://hartbeat.hartman-group.com/hartbeat/549/digital-food-life-2014-how-technology-shapes-the-way-consumers-eat>. Acesso em 03 de junho de 2018.

recurso amplamente explorado, sobretudo nas propagandas publicitárias de comida, cuja finalidade consiste em despertar os prazeres gustativos através de alimentos saborosos e desejáveis.

Alguns trabalhos apontam a importância das imagens para a gastronomia em diferentes aspectos. As fotografias são um recurso muito utilizado pelos livros de culinária, que aliado a dimensão escrita, representaram um importante artifício capaz de formar e arbitrar o gosto culinário como argumenta Barbosa e Gomes (2004) através da expressão “culinária de papel”. As fotografias possuem um importante apelo para percepção visual no âmbito gastronômico. A análise fotográfica na culinária destaca que as imagens contêm signos que podem gerar efeitos sinestésicos e experienciais na mente receptora (FILHO, 2008). O emprego de um conjunto de técnicas fotográficas aplicadas a gastronomia é conhecido como *foodstylist*. Estas técnicas têm como objetivo criar um *mise en scene*, ou seja, uma cenografia onde somente a comida não é suficiente, e outros elementos são igualmente adicionados, como iluminação, objetos e enquadramentos. Estas cenografias são criadas de acordo com os objetivos dos ensaios, destacando elementos na composição que agucem os sentidos de quem observa.

Um estudo realizado pelo departamento de psicologia da Universidade de Oxford avaliou o impacto de diferentes orientações visuais na composição de pratos servido num restaurante premiado com estrelas *Michelin*, observando que as diferenças no arranjo visual da comida no prato têm potencial para modificar as expectativas dos clientes e, conseqüentemente, sua experiência no jantar (MICHEL et al., 2015). A pesquisa realizada numa plataforma digital com um grupo de 1662 leigos apresentou imagens no formato plano bidimensional de um mesmo prato disposto visualmente de 3 formas angulares explícitas. A análise que combinou metodologias estatísticas e análises psicológicas indicou que a forma visual tem um importante papel em moldar as associações feitas pelo comensal que influenciam tanto no âmbito do prazer quanto na disposição de pagamento. O argumento consiste que a composição visual ideal de um prato poderia melhorar as experiências gastronômicas, sinalizando insights relevantes para estudos de estética do empratamento na gastronomia.

Argumentamos ao longo da tese que os chefs performam a comida através de uma dimensão comestível da natureza, e que isto implica em trazer para o interior da gastronomia racionalidades sustentáveis que orientam as práticas culinárias. Analisamos algumas postagens cujo objetivo consiste em mostrar como os chefs performam uma versão

sustentável da comida através da combinação de elementos no Instagram. Nós observamos algumas dimensões que demonstram como as performances desta versão da gastronomia sustentável ocorrem e as dividimos em 4 categorias: estética do prato; conexão ingrediente/chef/natureza; positivando o desperdício e sustentabilidade. Escolhemos três postagens para cada categoria, que seguiu a lógica de combinar restaurantes e chefs das diferentes regiões em que o trabalho de campo foi realizado: países nórdicos, Holanda e América Latina. A combinação dos diferentes locais buscou colocar em evidência a emergência do fenômeno a nível global.

### Figura 22 - Natureza no prato



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 10 de maio de 2018.

## Figura 23 - Natureza no prato



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 12 de maio de 2018.

## Figura 24 - Natureza no prato



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 05 de maio de 2018.

O menu sazonal de inverno do Noma traz o oceano como ápice do frescor da estação nórdica e, para tal, utiliza os peixes e frutos do mar como as grandes estrelas do menu. A estética do prato busca inspiração marinha, através da ampla utilização de releituras autorais de estrelas do mar, utilizando recursos como conchas, areia e pedras para compor uma tradução do fundo do mar.

Já o segundo prato do peruano Central, chamado de “Escamas do Rio Amazonas” traduz a versão do chef para o principal rio do ecossistema amazônico. O prato traz musgos, pedras, escamas e folhas como elementos acessórios ao pequeno filé de peixe envolto numa folha e coberto de flores. Cada elemento escolhido para compor o prato tem a função de comunicar parte do território peruano numa releitura muito particular do chef. O restante do menu do Central também dialoga com diversidade de ecossistemas peruanos, como os desertos e as montanhas de altitude. Já a última imagem escolhida foi do holandês Librije’s. O prato é composto por uma combinação aparentemente desordenada e selvagem que combina algas, moluscos, conchas, plantas e corais sob o título de “o que é comestível e o que não é?”. A ideia central do prato é estimular o comensal a refletir sobre o que é ou o que pode ser comestível na natureza.

Mas o que estas três postagens têm em comum? Uma das formas que os chefs utilizam para performar esta versão culinária pode ser observado na estética dos pratos. Além das percepções sensoriais proporcionadas no momento da refeição, o prato é igualmente pensado para criar uma experiência que comunica algo ao comensal. Escolhemos uma combinação de postagens dos restaurantes Librije’s, Noma e Central na tentativa de mostrar a tradução da ideia de natureza comestível no prato elaborado pelos chefs. Os três pratos possuem características centrais que remetem a elementos da natureza. As imagens acima, demonstram características miméticas da natureza que são performadas no prato. Esta estética tem um apelo sensorial que traduz também um gosto de natureza e que conduz a experiência gastronômica guiando o comensal a um “lugar” de onde a comida veio (e.g Amazônia, fundo mar).

Essa noção do lugar de onde os ingredientes veem também é uma informação importante e que os chefs compartilham em seus feeds. Mostrar a origem do ingrediente antes de ele chegar ao prato, também contribui para criar uma dimensão natural do prato. O chef não é somente aquele que cozinha, mas ele também vai buscar o ingrediente diretamente na sua fonte, seja catando formigas, buscando cogumelos amazônicos ou caçando espécies de peru e perdizes. Por essa razão, imagens de chefs em

suas estufas, fazendas, rios e mares, são cada vez mais compartilhadas pelos chefs em seus perfis.

### Figura 25 - Da natureza para a cozinha



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 06 de junho de 2018.

## Figura 26 - Da natureza para a cozinha



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 10 de junho de 2018.

## Figura 27 - Da natureza para a cozinha



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 10 de junho de 2018.

Outra forma de performar uma versão sustentável da gastronomia no *Instagram*, refere-se a uma positivação do que anteriormente era considerado desperdício. Os elementos textuais aqui são igualmente importantes porque eles trazem mensagens claras e informações técnicas importantes que tornam estes ingredientes e pratos mais atrativos. Estas postagens também operam como medidas educativas/estimuladoras no sentido que informam e transferem a responsabilidade aos seus leitores na reprodução destas práticas. Deste modo, os posts têm o duplo intuito de enfatizar tais práticas, mas também dizer aos leitores “Não desperdice seu pão”, estendendo o campo de ação para fora do restaurante e para dentro das casas. Estas ressignificações do desperdício para algo que tem o potencial de tornar-se delicioso, auxilia a moldar um novo gosto alimentar, mais flexível a alimentos considerados menos “nobres” ou “velhos” a serem servidos nos restaurantes. Estes entendimentos sobre o que considerado desperdício e o que não é no interior do restaurante também pode influenciar os entendimentos e mudanças nas práticas de comer e cozinhar no âmbito doméstico. O problema do desperdício de alimentos é um dos maiores problemas de nossa época, que engloba questões econômicas, sociais e ambientais. Estas medidas lideradas por estes chefs tem o objetivo de reverter esta tendência. O fenômeno de compartilhamento de receitas no Instagram aponta para uma direção onde os chefs assumem um protagonismo em estimular a prática culinária bem como indicar as ontologias que orientam como fazê-lo. Este compartilhamento de informações sobre como, onde e porque cozinhar ativando a dimensão da sustentabilidade, auxiliam a na construção e modelagem de saberes culinários que podem ser ativados durante a prática de cozinhar. O amplo interesse pela comida no Instagram é um indicador que cozinhar ganha cada vez mais importância e estas mídias são um lugar onde conhecimentos são produzidos e os entendimentos são ativados.

## Figura 28 - Do lixo ao luxo



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 08 de maio de 2018.



## Figura 30 - Do lixo ao luxo

 jeffim\_rueda



♡ 💬 📌

Curtido por **tononrafa** e outras **3.555** pessoas

**jeffim\_rueda** Hoje visitei um frigorífico pra falar e escutar como podemos melhorar o uso do animal por inteiro e suas vísceras (usar do focinho ao rabo ).  
A foto é do redancho do porco, é chamado também de redinha, omento, renda ou também véu de porco; em inglês caul fat; em francês crépine ou/e também crépinette (com crépine se faz crépinette). É a gordura da barriga de porco, muito utilizada na cozinha, especialmente para os assados. Usado para envolver coelho, cordorna, bovina e porco, entre outros...#acasadoporcobar #olivrodoporco #porcoicaipira @acasadoporcobar @olivrodoporco 🤔🤔🤔

Ver todos os 101 comentários

**alderglopes** Banha de rama

**alderglopes** 🧑🏻👤 top

HÁ 6 DIAS · VER TRADUÇÃO

Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 18 de junho de 2018.

A última sequência de posts diz respeito ao compartilhamento de imagens que se referem a sustentabilidade enquanto metanarrativas. Isso quer dizer que os atores mobilizam o discurso de sustentabilidade ampliado para interesses em comum compartilhados por todos e que conecta a gastronomia e o futuro da alimentação. Como nós já tratamos no primeiro capítulo, estas metanarrativas de sustentabilidade fazem parte de um esquema amplo de narrativas de mudança, onde a sustentabilidade tem o papel de *game changer*. Para esta categoria, nós optamos por instituições ligadas a gastronomia ao invés dos próprios chefs e restaurantes, pois estes perfis possuem uma comunicação direta com o público alvo composto em sua maioria por chefs.

O argumento aqui, é que existem narrativas sobre sustentabilidade que são mais genéricas e de amplo alcance, falando sobre o futuro da alimentação e colocando a gastronomia num patamar que sai do âmbito do prazer e entretenimento, ligando a uma ação mais política transformadora.

## Figura 31 - Narrativas de sustentabilidade



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 10 de maio de 2018.

Figura 32 - Narrativas de sustentabilidade



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 10 de maio de 2018.

Figura 33 - Narrativas de sustentabilidade



Fonte: Disponível em Instagram. Acesso em 15 de maio de 2018.

As imagens acima apelam diretamente para uma noção de sustentabilidade planetária. Elas chamam a atenção para o papel da gastronomia para esta mudança, enfatizando igualmente que a mudança depende de melhores escolhas de consumo sobre o que comer. A imagem 37 é bastante emblemática, pois ela faz alusão ao planeta como um prato, pronto para ser devorado. A campanha promovida pela SRA, intitulada “*one planet plate*”, teve como objetivo pedir aos chefs do mundo que enviassem suas receitas para a campanha, mostrando como eles estão lidando com os grandes problemas no sistema alimentar. Os pratos escolhidos compuseram o cardápio para “Hora do Planeta” realizada pela WWF, no dia 24 de março de 2018. O objetivo da campanha é de estimular a construção de um diálogo com os clientes sobre os principais problemas envolvendo sustentabilidade, expandido as redes.

Assim como as mídias sociais são um importante espaço de compartilhamento de informações para grande audiência utilizado pelos chefs, estes canais de comunicação não são os únicos que alcançam o público. As parcerias com outros atores do sistema alimentar, igualmente pode ser uma forma de ampliar a área de atuação dos chefs para influenciar em mudanças mais sustentáveis. Este é o tema do próximo capítulo.



## **CAPÍTULO 5 – OS CHEFS E A INDÚSTRIA ALIMENTAR: A SUSTENTABILIDADE EM QUESTÃO**

Este capítulo tem como objetivo mostrar mais uma estratégia envolvendo transições para sustentabilidade tendo os chefs como elo central. Aqui, analisamos como alianças entre chefs e grandes indústrias são feitas e novas narrativas de sustentabilidade são criadas e modificadas. Analisou-se a parceria entre a indústria avícola e chefs no Brasil, identificando quais os interesses que motivam estas alianças. Estratégias como estas, são empreendidas pela indústria alimentar para adaptar-se as novas demandas por sustentabilidade na comida congelada. Isto demonstra o avanço da sustentabilidade não somente para mercados de nicho, mas igualmente mostram uma expansão que atinge linhas de produtos alimentares populares, como os frangos congelados, no caso brasileiro. Os chefs aparecem como importantes atores para comunicar ao grande público estas narrativas que reivindicam um tipo de qualidade superior.

Dois características principais na promoção destes alimentos foram identificadas. A primeira é o deslocamento do discurso da indústria que passa a valorizar a prática de cozinhar na comida congelada utilizando os chefs como porta vozes desta mudança. Em seguida, analisamos como as empresas comunicam a sustentabilidade envolvendo a qualidade dos ingredientes. É importante destacar a não-linearidade dos processos de transição, mostrando os desdobramentos desiguais, marcados por avanços e por retrocessos repentinos. Estes momentos de imprevisibilidade nas transições são diretamente influenciados pelas mudanças nas coalizões e eventos. Assim, mostramos como a investigação que ficou conhecida como “carne fraca” estagnou esse processo de transição da indústria, abrindo uma caixa preta Latour (2005) ao mostrar a complexa rede de atores para a construção da qualidade da carne de frango.

Diante da controvérsia criada pela operação carne fraca, problematizamos a análise a partir da desconstrução das noções de sustentabilidade que a indústria vinha trabalhando para construir “com” e “por” intermédio dos chefs. Entretanto, observamos que as noções de sustentabilidade são heterogêneas, e estas parcerias demonstram as contradições e fraturas inerentes no interior das redes.

## 5.1 - INDÚSTRIAS E CHEFS: NOVAS PARCERIAS E INTERESSES EM CONFLITO

O crescente interesse pelo que se define como “comida de verdade” tem sido o atual paradoxo da indústria alimentar. Como já mencionamos anteriormente, a noção de comida de verdade sintetiza a preocupação do consumidor com industrialização dos alimentos e a ressignificação contemporânea do cozinhar. Deste modo, intolerâncias e novas dietas alimentares, escândalos na indústria (e.g Operação Carne Fraca, escândalo da carne de cavalo na Europa, gripe aviária), popularização dos orgânicos e ampliação do acesso a informação sobre os alimentos, são alguns dos fatores impostos a indústria alimentar e que forçam transformações tanto na cadeia produtiva quanto nas estratégias de posicionamento no mercado. Assim, os chefs, especialistas em comida, passam ser um importante grupo de atores que se aliam a indústria alimentar para auxiliar e conduzir transformações mais amplas. O papel delegado aos chefs nestas parcerias é de assegurar a “qualidade” aos produtos alimentares industriais.

A inclusão deste capítulo na tese se deu diante de um fato curioso. No dia da banca de qualificação de nosso projeto de doutorado em Julho de 2016, foi anunciada a parceria entre o chef Jamie Oliver e a Sadia através do lançamento de uma linha de produtos à base de frango congelado chamada "pratos para cozinhar". Ainda na mesma semana, uma segunda colaboração foi lançada pela concorrente Seara. Dessa vez, Alex Atála passa a ser colaborador na plataforma digital Hoje tem frango. Estas alianças entre os chefs celebridades com a indústria, nos causaram um certo estranhamento, sobretudo pelo fato destes chefs serem combativos em seus discursos contra a comida industrializada. Estas parcerias desviaram o olhar para um fenômeno ainda mais amplo, que colocava em xeque interesses que, a priori, pareciam muito distintos e contraditórios. Portanto, perceber qual a natureza destas associações e que tipo de ações originaram-se através da união destes atores pareceu um caminho interessante a seguir. A partir disso, nossa análise passou a incluir pratos de comida congelada, rótulos e granjas avícolas como mediadores para a análise. A curiosidade partiu de identificar qual o interesse da indústria nos chefs e que tipo de entendimento em comum sobre sustentabilidade eram compartilhadas por estes atores. Ao estudar estas alianças, buscou-se entender porque os chefs passam a chamar atenção de grandes atores do sistema alimentar, e como estas parcerias podem contribuir para ampliar o acesso de comida sustentável. Isto faz

com que os chefs saíam de um nível de ação baseado em nichos estratégicos e passem a agir diretamente nos regimes, ampliando seu raio de ação.

### **5.1.1 - Sustentabilidade e a indústria avícola no Brasil**

O Brasil é um dos principais produtores de carne de frango de corte do mundo. Segundo o último relatório da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), o Brasil ocupa o terceiro lugar na produção de carne de frango com uma produção estimada em 12,6 milhões de toneladas, ficando atrás apenas dos EUA com uma produção de 17,2 milhões de toneladas e da China com uma produção de 13 milhões de toneladas. Do total desta produção, um terço é destinado à exportação, o que coloca o país na posição de maior exportador mundial de aves (ABPA, 2015).

O crescimento do setor avícola no país teve seu início a partir da década de 60, sendo reflexo de uma série de reestruturações industriais que passaram a adotar novas formas de organização em larga escala e transformações na tecnologia para este setor, como melhorias nas técnicas de manejo, nutrição, biossegurança e sanidade animal. Outro fator que contribuiu para o desenvolvimento do mercado avícola relaciona-se ao fato do Brasil ser um grande produtor de soja e milho, que são os principais grãos utilizados para a ração de aves (COSTA; GARCIA; BRENE, 2015; HUBNER, 2007). A estrutura do setor industrial de aves brasileira fundamenta-se numa cadeia produtiva descentralizada através de complexos agroindustriais integrados. A região Sul do país é o grande expoente na produção de frangos, sendo que cerca de 70% do frango exportado é criado em granjas do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, em pequenas propriedades integradas aos frigoríficos (BRAZILIAN CHICKEN, 2018).

O uso de hormônios na produção avícola no Brasil é proibido através da Instrução Normativa 17, de junho de 2004 e é fiscalizado através do Plano de Controle de Resíduos e Contaminantes (PNRC) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Entretanto o uso de promotores de crescimento e quantidades controladas de antibióticos no tratamento sanitário de aves em manejo industrial é permitido pela legislação brasileira, embora, obviamente, não seja uma informação divulgada pela indústria. O PNRC/Animal consiste numa ferramenta de gerenciamento de risco utilizada pelo MAPA cuja

finalidade consiste a promoção da segurança química dos alimentos de origem animal produzidos no Brasil. Voltaremos a discutir melhor o PNCRC/animal e seu funcionamento mais adiante. Outra ferramenta de controle sanitário gerenciada pelo MAPA é o Plano Nacional de Influenza Aviária. O plano consiste num conjunto de estratégias que auxiliam no controle para evitar a contaminação dos frangos pelo contato com aves migratórias, que transmite a doença de alta patogenicidade que ficou popularmente conhecida como gripe aviária.

Apesar da crise que afetou o mercado da carne de frango a partir de 2005 devido ao surto da gripe aviária em países europeus e asiáticos, projeções da OCDE/FAO (2012) indicam que até 2020, a carne de frango será a mais consumida no mundo. O aumento do consumo de carnes da população mundial no período de 1960 a 2010, mostrou que o consumo da carne de frango passou de 0,64 kg em 1960 para 11,36 kg em 2010 (COSTA; GARCIA; BRENE, 2015).

Após esta breve introdução sobre o panorama do setor avícola brasileiro, vamos apresentar as duas indústrias que nos interessam para esta análise. O foco nestas duas companhias se deu, exclusivamente, devido às parcerias estabelecidas com os chefs que estudamos. A primeira delas pertence ao grupo JBS, empresa com mais de 60 anos no mercado e líder no segmento mundial de proteína animal. A JBS possui mais de 30 diferentes marcas, dentre elas, a Seara, cuja campanha publicitária foi estrelada pelo chef Alex Atála. A segunda marca faz parte da companhia BRF Foods, igualmente detentora de mais de 30 marcas de proteína animal além da Sadia, parceira do chef Jamie Oliver. A Sadia é uma marca tradicional no Brasil com mais de 70 anos no mercado, conhecida especialmente por seus pratos à base de frango e congelados.

### **5.1.2 - A sustentabilidade como política corporativa**

Para entender a noção de sustentabilidade promovida pela indústria, recorreremos ao website das duas companhias e analisamos quais elementos as empresas destacam ao falar sobre o tema. Em ambas companhias, a sustentabilidade é comunicada como uma parte importante nas diretrizes corporativas, através de complexos programas de sustentabilidade que buscam contemplar não somente a cadeia produtiva, mas também os parceiros e consumidores. Essa noção de sustentabilidade, divulgada pelas empresas, percorre um longo caminho, através de inúmeros projetos que vão desde os grãos utilizados para ração

animal, passando por um programa de manejo industrial até chegar às estratégias destinadas ao consumidor final. É necessário ressaltar que além da avicultura, as empresas também operam nos mercados da pecuária e suinocultura o que tornam as ações das empresas muito mais amplas (GUIVANT, 1998). Estes conglomerados industriais possuem regulamentos para lidar com a sustentabilidade que envolvem diversos eixos centrais, como meio ambiente, desenvolvimento socioeconômico e consumo consciente. Devido a amplitude destes programas corporativos e para reduzir nossa escala de análise, vamos focar diretamente nas estratégias de sustentabilidade para a produção avícola.

Há que se esclarecer que tentamos entrevistar ambas empresas. Inicialmente, entramos em contato com assessoria de imprensa, solicitando uma entrevista com finalidade acadêmica. A Sadia aceitou o pedido e solicitou que um questionário prévio fosse enviado para análise. Após o envio do roteiro de entrevista, a empresa negou o pedido justificando indisponibilidade para a entrevista solicitada. Já a Seara nunca retornou. Por esta razão, optou-se por utilizar como fonte de análise os *websites* das marcas, assim como comunicados e pronunciamentos oficiais veiculados nas mídias.

Para analisar a construção da noção de sustentabilidade da indústria, a questão que perpassou nosso foco de investigação foi: Como a indústria traduz para os consumidores sua noção de sustentabilidade na produção de frangos? Essa estratégia analítica restritiva a sustentabilidade para produção de frangos se deu devido ao fato dos chefs terem sido contratados para a publicidade deste setor em específico. Sabemos que os desafios de sustentabilidade na indústria são muitos e envolvem todo um sistema que vai de pesquisa genética, incubadoras, alimentação animal, infraestrutura, manejo de resíduos das granjas, certificações, transporte e logística, dentre inúmeros outros critérios. Entretanto, a questão principal que nos interessa é compreender quais destas ações para a sustentabilidade a indústria quer comunicar ao consumidor através de suas estratégias publicitárias e rótulos utilizando os chefs como porta-vozes.

### **5.1.3 - Sadia e Jamie Oliver**

Para analisar a parceria entre a Sadia e Jamie Oliver, utilizamos as informações expressas no *website* da marca. Os produtos lançados por essa parceria, possuem uma página bastante explicativa e detalhada. A página é dividida nas seguintes seções: Experiência; Sadia e Jamie Oliver;

Produtos; Receitas; e No que acreditamos. A página inicial dá as boas-vindas ao usuário, convidando para viver a experiência de cozinhar com o chef. Ao acessar o vídeo inicial, que utiliza uma tecnologia que permite ao usuário girar a imagem em 360<sup>º</sup><sup>26</sup>, podemos visualizar a cozinha do chef, que cozinha transitando entre seus convidados. Jamie Oliver enquanto prepara a receita, vai esclarecendo alguns detalhes sobre seus objetivos ao desenvolver esta linha de pratos para a Sadia. Enquanto ele abre a embalagem do prato de sua linha, ele vai explicando aos convidados como prepará-los, utilizando frases como “nós já fizemos o todo o trabalho complicado para você” “queremos proporcionar um ambiente seguro”, “você só precisará se preocupar se irá servir com salada”, “grandes sabores, sucesso garantido” e “você só precisa colocar no forno”. Em seguida, Jamie vai além e passa a introduzir os ingredientes, “fatias de peito de frango com uma farofa de pão natural” “super rústico”. Ele segue explicando aos convidados que além de colocar no forno, eles podem utilizar uma frigideira e cozinhar por 4 minutos de cada lado e ao final, adicionar o suco de limões espremidos, ervas frescas e pimentas, servindo com acompanhamentos que podem ser salada, cuscuz e vegetais.

O website ainda detalha que esta linha de pratos tem como objetivo servir de inspiração para as pessoas cozinharem e comerem melhor através de produtos saudáveis e deliciosos, acrescentando ainda que “Pensamos em cada detalhe das receitas para você finalizar o prato e ainda se aventurar na cozinha criando um acompanhamento especial”. O site disponibiliza uma série de receitas elaboradas pelo chef para que possam servir de acompanhamento para os pratos à base de frango. Elas são chamadas de pratos para acompanhar, e servem para ser combinadas diretamente a um dos 6 pratos da linha da Oliver.

Já ao que se refere a associação entre a marca e o chef, ela é apresentada no website na seção “no que acreditamos” e seguem três grandes áreas: inspiração para a prática culinária, certificação de bem-estar animal e educação alimentar em escolas brasileiras através do programa “Saber Alimenta”. A justificativa para a aliança diz o seguinte:

O que nos une é a vontade de ajudar os brasileiros a comer melhor. A parceria entre Jamie Oliver e Sadia nasceu há mais de um ano e já gerou muitos resultados positivos. Juntos, transformamos

---

<sup>26</sup> Disponível em: <https://www.sadia.com.br/jamieoliver/index.html>. Acesso em 12 de junho de 2018.

granjas, fábricas, lançamos uma linha de produtos prontos para cozinhar e muito mais (SADIA, 2018).

A certificação de bem-estar animal foi feita em 33 granjas da Sadia, com a supervisão de Oliver. As granjas passaram pela avaliação da *Certified Human* Brasil, afetando diretamente na vida de 40 milhões de frangos. A instituição representa a *Humane Farm Animal Care* (HFAC), uma organização internacional sem fins lucrativos de certificação que tem como objetivo melhorar as condições de vida dos animais destinados para a produção de alimentos. A Sadia ainda adverte no *website* que este é só o começo, comprometendo-se a expandir o número de granjas certificadas.

#### **5.1.4 - Seara e Alex Atála**

A estratégia da Seara é um pouco diferente. A marca optou por convocar um time de especialistas em comida e celebridades nacionais para lançar plataforma Hoje tem Frango. Segundo a plataforma, seu objetivo consiste em abordar temas diversos relacionados a “receitas, dicas e tudo sobre frango”. As seções do *website* são divididas em: Do campo a mesa; mitos e verdades; receitas e dicas; especialistas; e produtos. Para esta análise, vamos nos limitar a participação de Alex Atála na plataforma. O chef participa de uma série de vídeos explicativos relativos as categorias citadas. Ele visita granjas, fala sobre bem-estar animal, a não utilização de hormônios, sobre o uso de todas as partes do animal para culinária, além de ensinar receitas e segredos para preparação de pratos à base de frango. Vale ressaltar que Alex Atála fala sobre uma linha específica de frango da Seara, chamada “Da granja”. O diferencial desta linha, consiste em utilizar rigorosos padrões de qualidade e certificações, sem adição de hormônios, antibióticos e conservante e que garantem o bem estar animal. O chef declara utilizar a linha “Da granja” na preparação do tradicional prato “Galinhada” servido no seu restaurante Dalva e Dito, localizado em São Paulo.

Ao falar sobre a sua aliança com a marca no vídeo de lançamento da plataforma, Atála justifica:

Eu tenho como marca da minha profissão a qualidade. Recebi a proposta e não tapei os ouvidos, mas fui bastante inquisitivo e indagativo em saber como é esse processo. Fui as granjas, fui

aos abatedouros, fui aos frigoríficos. Fui conhecer todo o processo, para ter certeza que esta é uma proteína de qualidade, com baixíssimo ou nenhum impacto ambiental. Esse é um desafio que eu assumi e pretendo mostrar pro Brasil e quem sabe além, aproximar as pessoas não só do ato de comer, mas efetivamente do ato de cozinhar. Essa é a visão que nós passamos dentro da plataforma. Utilização do ingrediente, conhecimento na intimidade do que é este animal e dos inúmeros cortes que ele tem (ATÁLA, 2018)<sup>27</sup>.

O trecho acima elucida a preocupação em justificar as razões de sua parceria com a Seara. O fato de não tapar os ouvidos, mostra que o chef leva em consideração as possíveis contradições entre esta parceria, onde conflitos sobre qualidade do ingrediente apareceriam. Atála reforça que sua união com a marca baseou-se numa série de padrões de qualidade e sustentabilidade que reside na sua reputação como chef em escolher os melhores ingredientes. Ao dizer “pretendo mostrar para o Brasil” o chef enfatiza sua posição de em influenciar, de fazer uma mudança na percepção dos consumidores sobre o do ato de comer e cozinhar. O chef ainda enfatiza o papel do ingrediente, que precisa ser conhecido na sua “intimidade” e que isso resultaria em melhores escolhas. E neste caso, o frango da Seara representa a melhor escolha para o consumidor.

### **5.1.5 - Comparando as estratégias**

Ao analisar as diferentes estratégias de sustentabilidade utilizadas pela indústria avícola, algumas similaridades ficaram evidentes. A primeira delas é que a indústria alimentar utiliza o discurso da gastronomia de base no ingrediente para criar linhas de produtos de qualidade superior. Partindo do ingrediente, estas práticas de sustentabilidade passam ser atributos qualitativos no processo de produção de frangos. Durante muitos anos o foco da indústria foi criar atribuições de qualidade com base na praticidade e sabor dos pratos congelados, destacando um tipo de qualidade inerente que tinha o seu início no supermercado. Não obstante, as propagandas televisivas sobre a comida congelada eram situadas ou dentro dos supermercados ou durante

---

27

Disponível

em:

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=103&v=Z-Dj0V8VG18](https://www.youtube.com/watch?time_continue=103&v=Z-Dj0V8VG18).

Acesso em 05 de junho de 2018.

as refeições nas mesas das famílias. Esta abordagem centralizada no prato congelado, invisibilizava para o consumidor todo o complexo processo produtivo das aves. Deste modo, essa valorização da prática culinária foi uma virada disruptiva da indústria, com o objetivo de atender o gosto de novos consumidores que seguem tendências para uma alimentação mais saudável e sustentável.

Um segundo aspecto que diz respeito a forma que a indústria constrói a noção de sustentabilidade para comunicar aos seus consumidores opera em 3 eixos principais. O primeiro está ligado ao bem-estar animal, para garantir este quesito, as indústrias recorrem a esquemas de certificação e utiliza selos nas embalagens para destacar uma dimensão ética das companhias. Já a segunda baseia-se na sanidade animal, ou seja, as questões de higiene e salubridade dos frangos são fatores que interessam aos consumidores. Este é um fato curioso pois esta ideia está presente no próprio nome da marca “Sadia”, remetendo ao que é saudável, com boa saúde. Por último, a indústria mobiliza a ideia de bioseguridade, que está relacionada diretamente a noção de risco biológico, e engloba a adição ou não adição de antibióticos e os riscos das doenças. Este tripé auxilia numa construção da qualidade com base na sustentabilidade performada pela indústria. Ela igualmente caracteriza o que a indústria entende por um ingrediente natural, conforme discutiremos mais adiante.

Entretanto, estas não são características evidentes, que o consumidor pode verificar ao cozinhar o frango em sua casa. Por essa razão elas precisam ser comunicadas através dos rótulos, das campanhas publicitárias na televisão e na internet e por figuras públicas ou celebridades que sintetizam estes processos de uma maneira acessível. Sendo assim, os chefs passam a ser importantes mediadores para facilitar a comunicação das marcas a estes consumidores. Na próxima seção, vamos apresentar como a indústria comunica estes aspectos nas embalagens.

As estratégias da indústria fazem parte de uma nova prática corporativa que busca ganhar consumidores que aderem a tendência por alimentos não processados e mais saudáveis. A exemplo de outros grandes conglomerados industriais como Nestle e Kraft Heinz, por exemplo, que passam a fazer investimentos massivos em produtos sustentáveis e saudáveis, a indústria de proteína animal cria mecanismos próprios ao setor. A estratégia da indústria é criar pratos alinhados a demandas por consumidores que cozinham suas próprias refeições, com ingredientes mais simples e naturais. Para auxiliar nesta tarefa de comunicar estas modificações para as refeições “prontas para cozinhar”,

aparecem os chefs como especialistas dotados da capacidade de influenciar estes consumidores a cozinhar, garantido qualidade de receitas, ingredientes e sabor, ou sintetizando um complexo processo de escolher ingredientes, receitas e conhecimentos sobre melhores escolhas alimentares.

## 5.2 - MODO DE FAZER: ANALISANDO AS TRADUÇÕES DE SUSTENTABILIDADE NOS ALIMENTOS CONGELADOS

Ao analisar parcerias entre a indústria de alimentos e os chefs, uma das questões importantes a se levar em consideração é que elas provavelmente aconteceram para construir uma atribuição de qualidade na comida congelada. Isto implica perceber que os atores em questão nesta construção de qualidade não são somente humanos. Ela envolve frangos, granjas, *standarts* e rótulos. Sendo assim, analisar o comportamento destes outros atores é importante para nossa descrição pois eles contextualizam essas novas associações que buscamos investigar.

Um caminho interessante proposto por David (2016) consiste em como descrever avaliações de produtos em termos de “modos”. Isto quer dizer que uma forma interessante de melhor descrever estas associações materialmente heterogêneas, pode ser através de uma organização descritiva que leve em consideração a multiplicidade de existências que podem emergir através das práticas. Sendo assim, inspirada a partir de noções como “modos de existência” (LATOURE, 2013) e “modos de avaliação” (DAVID, 2016) nós tomamos emprestados a categoria “modos de preparo” ou “modos de fazer” presente nos rótulos dos produtos congelados que resultam destas parcerias, para identificar como os atores constroem versões de sustentabilidade.

Uma das formas que permite compreender estas alianças entre a indústria de alimentos e os chefs, é através da análise da rotulagem e as campanhas de divulgação dos produtos. Para isso nós utilizamos como estratégia metodológica analisar o rótulo de um dos pratos para cozinhar da linha de Jamie Oliver com a Sadia, comparando sua embalagem com outras duas versões de produtos similares de anos anteriores, analisando quais elementos são adicionados ou removidos da embalagem quando a figura do chef entra em cena. Em seguida, para analisar o caso de Alex Atála com a Seara, nós optamos por investigar a plataforma Hoje tem Frango, tendo como foco principal compreender qual o tipo de participação de Atála ao comunicar o produto da marca.

A Sadia lançou uma linha de seis pratos à base de frango congelado cujas receitas são assinadas por Jamie Oliver. A proposta da linha é articulada ao discurso do chef e tem como justificativa mudar a relação das pessoas com a comida. No *website* da marca encontramos o seguinte trecho:

O maior chef do mundo se juntou à Sadia para criar uma linha de pratos para cozinhar prática e saudável. São seis receitas deliciosas com ingredientes frescos e selecionados que vão mudar sua relação com a comida (SADIA, 2018).

Mas o que significa mudar a relação com a comida? Ao longo desta tese nós apresentamos algumas das ações de Jamie Oliver cuja justificativa se dá pelo seu objetivo de "revolucionar" o sistema alimentar. Portanto, sinalizou-se um caminho que indica alguns elementos presentes na prática culinária do chef e o tipo de relação com a comida em que ele se propõe modificar. É importante ressaltar, que o interesse não é julgar a atuação do chef, mas mostrar suas estratégias de ação no mercado de alimentos, que segundo a teoria das transições, sugerem como as inovações em nível de nichos estratégicos passam a questionar os valores dos regimes dominantes e gradualmente vão se irradiando em maiores escalas. O chef dedica uma grande parte de sua visibilidade na mídia para estimular o resgate da habilidade culinária das pessoas, ensinando um tipo de cozinha simples e acessível para todos que tem como princípio básico a escolha por ingredientes não industrializados. Mas o que isso tem a ver a com a Sadia?

A Sadia é uma empresa consolidada no mercado com linhas de comidas congeladas prontas para comer. Sua gama de produtos vai de embutidos, como presuntos e linguiças, até frangos congelados, suínos e aves de natal. Sua linha de pratos prontos é bastante conhecida no país sendo comercializada amplamente nos supermercados brasileiros. A lógica por trás do prato pronto reside na sua característica principal, que é estar pronto para o consumo. Por mais redundante que isso pareça, o conteúdo implícito nesta mensagem é de que o consumidor não precisa cozinhar. Este foi o lema da indústria por muitos anos e faz parte de uma mudança mais ampla do sistema alimentar, que industrializou os alimentos, simplificando as tarefas diárias ligadas a alimentação e influenciando na forma com que as pessoas consomem as refeições, conforme já discutimos no capítulo 2. Não obstante, ao pesquisar algumas das propagandas da marca, nos deparamos com os produtos associados a

fornos, micro-ondas e supermercados, que legitimam o argumento de mínimo esforço para o consumidor.

Entretanto, as visões mais críticas sobre o sistema alimentar e a onipresença da sustentabilidade dos mercados globais chegam igualmente a indústria alimentar, forçando novas estratégias de comercialização que acompanhem estas macrotendências. Assim, os chefs parecem representar um caminho para operacionalizar esta virada da indústria para ressignificar a relação dos seus produtos com a prática culinária.

Para entender melhor como ocorrem as mudanças nos discursos da indústria, vamos analisar rótulos, que são importantes mediadores para contextualizar nosso argumento. Os modos de fazer dos pratos congelados da Sadia dizem muito a respeito destas transformações. Escolhemos um dos rótulos da linha de Oliver, cuja receita é Filé de Frango com raspas de limão, alecrim e pimenta do reino, conforme figura abaixo.

**Figura 34 - Prato Jamie Oliver para Sadia**



Fonte: Site da Sadia. Acesso em 07 de junho de 2018.

Ao acessar o site da Sadia, podemos encontrar no campo "produtos" algumas opções relacionadas a uma classificação da marca sobre seus próprios produtos. Dentre elas, duas revelam especial atenção, que são pratos prontos e pratos para cozinhar. Os pratos prontos são representados por uma figura de um forno com o prato dentro. Já os pratos

para cozinhar são representados pelo toque, chapéu branco típico do chef de cozinha (Figura 35).

**Figura 35 - Comunicação visual dos tipos de pratos**



Fonte: Site da Sadia. Acesso em 07 de junho de 2018.

Esta classificação oferecida pela Sadia, nos serve de ponto de partida para analisar os modos de fazer dos alimentos industrializados. Os pratos congelados partem da ideia de que já foram cozinhados, por essa razão as recomendações das embalagens são comumente associadas a modo de fazer, modo de preparo ou instruções para o preparo. O emprego da noção de cozinhar nos rótulos mobilizada pela indústria representa um fato relativamente novo. Conforme discutimos ao longo do capítulo 2 as transformações do sistema alimentar a partir da industrialização da comida, o argumento da indústria foi justamente romper com a ideia de cozinhar, retirando a agência do consumidor no preparo do prato. Os elementos reforçados nas embalagens que se referem ao preparo, transferem a agência do consumidor para os eletrodomésticos através de instruções como "retire do freezer" "leve ao forno ou micro-ondas". Ao analisar o rótulo do prato para cozinhar do chef, a lógica passa a ser invertida. As instruções do prato enfatizam: "Experimente essa deliciosa receita, inspirada na harmonização de alecrim e alho, com um toque de limão e pimenta do reino para tudo ficar ainda mais gostoso". Assim como na versão da gastronomia sustentável que apresentamos no segundo capítulo desta tese, aqui os ingredientes igualmente passam a ser destacados e ter suas características detalhadas para o consumidor. Já as instruções de preparo mudam radicalmente. As instruções que enfatizavam o uso do forno e micro-ondas são retiradas das embalagens, e, em seu lugar, os utensílios indicados para a preparação da receita são substituídos por desenhos de uma frigideira, espátula, colher e faca. A foto de Jamie Oliver é adicionada na parte frontal da embalagem, personificando quem selecionou os ingredientes, definiu a receita e garante a qualidade e o sucesso do prato em sua etapa final.

Os elementos utilizados para traduzir a origem sustentável dos ingredientes, aparecem na parte frontal em duas informações principais: animais bem tratados e ingredientes naturais. Ao acessar a descrição do produto no website da Sadia, as informações adicionais referem-se ao padrão de excelência da Sadia em utilizar os ingredientes limão, alecrim e alho procedentes de fazendas de produtores parceiros que prezam pela qualidade dos alimentos. Já as informações sobre o frango, destacam o processo de certificação Certified Humane de boas práticas para a criação das aves. As informações ainda chamam atenção ainda para um método de congelamento dos ingredientes que mantém um toque de "frescor" ao "produto congelado".

Tendo como referência este prato do chef, nós decidimos consultar versões anteriores de rótulos de produtos semelhantes e investigar quais as principais diferenças na forma de performar os pratos da Sadia.

**Figura 36: Prato Pronto**



Fonte: Site da Sadia. Acesso em 07 de junho de 2018.

Na figura 36, vemos a embalagem da linha "arroz e mais" composto por arroz e frango desfiado com creme de milho. Nesta embalagem mensagem de destaque é "refeição pronta" comunicando ao consumidor que não há necessidade de cozinhar. As informações

adicionais da embalagem referem-se a temperatura de congelamento, o peso da embalagem e que o prato preserva os sabores originais dos ingredientes. Embora haja a necessidade do consumidor aquecer a refeição no forno, esta informação é negligenciada, e a única informação adicional sobre os ingredientes utilizados no prato dizem “preserva o sabor original”. Neste caso, o prato congelado nega ao consumidor a prática de cozinhar e sustenta o argumento da indústria de economizar seu tempo cozinhando para você. Esta embalagem, ainda não menciona qualquer informação sobre a sustentabilidade dos ingredientes.

**Figura 37: pratos congelados após o preparo**



Fonte: Site da Sadia. Acesso em 07 de junho de 2018.

Já a figura 37 do ano seguinte, traz algumas informações diferentes. No ano de 2016 as Olimpíadas foram realizadas no Brasil, e a Sadia foi um dos apoiadores do evento no país. A informação tem destaque na embalagem, além da figura da tradicional mascote da marca

aparecer com uma medalha no peito. O mascote é representado por um desenho de um frango que usa um capacete, remetendo a ideia de velocidade, rapidez. A receita agora é o stroganoff de frango, e o rótulo mostrou um elemento interessante "congelado após o preparo", adicionando agora a informação de que alguém o cozinhou e somente após este processo é que o prato foi congelado. Neste caso, o rótulo sinaliza, ainda que timidamente, a importância da prática de cozinhar, tornando mais explícita a ideia de que alguém o cozinhou anteriormente para você. Outras duas informações sobre a procedência dos ingredientes ganham destaque: peito de frango íntegro, aludindo a ausência de carne processada, e sem conservantes.

A análise dos três rótulos, demonstra alguns indícios interessantes sobre uma mudança no discurso da indústria. Os rótulos apontam para esforço da indústria em legitimar a sustentabilidade trazendo a existência novas formas de performar os ingredientes que modificam a comida congelada. Um primeiro aspecto importante é a trajetória dos diferentes rótulos seguindo um caminho para introduzir a prática culinária como um elemento importante para decretar alimentos destacando a agência do consumidor. Os pratos para cozinhar da Sadia, introduz a responsabilidade do consumidor para cozinhar o prato, traduzindo um esforço da Sadia e Jamie Oliver, ao escolher os melhores ingredientes e receitas para os consumidores tornarem-se cozinheiros. Embora o consumidor ainda possa utilizar o micro-ondas para preparar o prato, a indústria agora encoraja o consumidor utilizar o fogão e a frigideira, tornando a prática de cozinhar mais explícita. Isso não significa que os pratos prontos foram abandonados pela marca, mas agora ela atinge ambos públicos, os que querem cozinhar e os que não querem.

Já as narrativas de sustentabilidade aparecem nos rótulos através da tentativa da indústria de moldar um tipo de qualidade dos ingredientes. Como a maioria dos pratos congelados da marca são a base de frango, a certificação de bem-estar animal é a informação que ganha destaque nos rótulos e também na parceria com Oliver. Garantir a qualidade no modo de produção dos frangos é o esforço principal da linha no que se refere aos atributos que qualificam a sustentabilidade, embora haja um esforço menos intensivo para realçar a qualidade dos demais ingredientes. A frase "ingredientes naturais" ganha destaque na embalagem, além de um pequeno desenho de uma galinha, que remete que o prato é também um animal. Este recurso é utilizado pela indústria através da presença de desenhos de frangos nas embalagens, que aparece como um marcador que remete ao animal. Portanto utilizar palavras e imagens que já são

conhecidas pelos consumidores, remetem a este universo agrário da produção de frangos, que passam a ser um elemento ordenador do discurso da indústria.

A parceria de Alex Atála com a Seara foi diferente da que acabamos de apresentar. O chef, ao contrário de Jamie Oliver, não desenvolveu nenhuma linha de pratos com sua assinatura, mas sim passou a compor um time de especialistas que têm como função comunicar aos consumidores que melhores padrões de qualidade e certificações no controle da produção avícola estão sendo realizados pela marca. Para realizar esta tarefa, a plataforma Hoje tem Frango conta com um time de especialistas em comida e celebridades nacionais que discutem através de vídeos, textos e receitas uma série de debates sobre a qualidade do frango utilizando principalmente a ideia do campo à mesa como pano de fundo, sendo que a estratégia da Seara foi de divulga-la amplamente em comerciais de televisão. O interesse central em nossa análise na plataforma foi verificar exclusivamente o papel de Alex Atála como um especialista da marca.

A plataforma digital da Seara funciona como um canal para compartilhar com os consumidores informações sobre o processo de criação de frango sustentável e dicas de como cozinhá-lo perfeitamente. O site publica textos e vídeos apresentados por celebridades brasileiras dispostas a ensinar todos os segredos para cozinhar um delicioso frango. Uma das celebridades é Atála, mas aqui ele não está apresentando formigas a um pequeno grupo de gourmets em seu restaurante, mas emerge como um ídolo brasileiro, compartilhando seus conhecimentos para garantir a qualidade do ingrediente junto ao público em geral.

Um dos vídeos de Atála para a marca intitulado "detalhes" segue o argumento de que criar um frango de qualidade envolve muitos detalhes que nós, como consumidores, não conhecemos e "é isso que estou fazendo aqui, verificando e garantindo", completa. O vídeo mostra Atála na cozinha falando sobre seus parâmetros para cozinhar que começam na "origem". A origem para ele começa na fazenda, por esse motivo, na próxima cena, Atála visita uma das granjas da Seara. Ao mostrar e explicar os detalhes que incluem bem-estar animal, a não utilização de hormônios, temperaturas corretas, alimentação de aves, ele traz à luz o processo oculto de encenar uma versão de um frango de boa qualidade. Ele termina dizendo que apenas tomando consciência do ingrediente poderemos construir um novo relacionamento com a comida.

A experiência da Atála em cozinhar usando ingredientes de qualidade aliada à sua reputação, ajudou a Seara a moldar sua versão de frango de qualidade: natural, sem o uso de antibióticos e da fazenda.

**Figura 38: Frango Da Granja Seara**



Fonte: Site da Seara. Acesso em 09 de junho de 2018.

Novamente, o chef tem a função de endossar as práticas sustentáveis da indústria, trazendo a sua autoridade para assegurar que as informações do rótulo são as mesmas verificadas nas granjas pelo chef. A indústria utiliza a reputação de Atála para atribuir a qualidade aos ingredientes. Da mesma forma nos vemos na embalagem e no vídeo institucional sobre o produto, o protagonismo do animal e sua conexão com uma ideia de “natural”. O formato do frango aparece na embalagem, bem como informações sobre sua criação respeitando condições de bem-estar, como temperatura adequada e ração 100% vegetal. A empresa certificadora que dá a garantia de bem estar animal não aparece na embalagem e no website.

Manfield (2003) verificou em caso semelhante na indústria pesqueira, que uma das estratégias da indústria consistia em ressaltar elementos biofísicos da natureza para atribuir uma qualidade de natural aos alimentos. Este elemento performado pela indústria compõe um novo trinômio composto por natureza-produção agroindustrial-qualidade. Nossa pesquisa, indica um caminho que este mesmo trinômio parece ter

sentido semelhante na indústria avícola brasileira, que seleciona diferentes aspectos do mundo biofísico da natureza, para moldar a estrutura da indústria e as relações agroalimentares. Aliado a isso, esta construção da qualidade baseia-se, ao contrário, muito mais pelo que o frango não contém (sem hormônios, sem conservantes, sem antibióticos) do que realmente as suas virtudes naturais de qualidade superior.

Para os chefs, estas parcerias são interessantes por algumas razões. Além dos interesses financeiros trazidos por estas alianças, um aspecto relevante consiste na projeção trazida aos nomes dos chefs pela ampla visibilidade da indústria em alcançar outros públicos. O trabalho de marketing empreendido pela indústria na divulgação destas linhas é massivo, e além de terem suas fotos estampadas em produtos em milhares de supermercados e comerciais na internet e televisão vinculados a sua imagem a nível nacional, os chefs passam a atingir outros públicos, que não os dos seus restaurantes ou programas de tv. Isso faz sentido, especialmente porque além do papel “cozinheiros” os chefs passam em investir em seus nomes enquanto marcas próprias, que possuem investimentos variados e linhas de produtos próprios, como utensílios culinários, livros, temperos, marcas de produtos alimentares próprios como macarrão, azeites etc. Recentemente o chef David Chang, por exemplo, dono do restaurante *Momofuku*, teve uma linha própria de tênis com a marca de seu restaurante lançada pela Nike, além de uma de suas sobremesas ter servido de inspiração para o nome de um batom da marca de maquiagem *Glossier*. Estes aspectos indicam que, para além de acordos comerciais baseados em aspectos financeiros, a indústria adiciona uma visibilidade para estes chefs na circulação por outros espaços que não os de nicho, permeando desta forma os espaços dominados pelos regimes alimentares de maior escala.

As análises dos rótulos buscam mostrar como a indústria constrói suas narrativas de sustentabilidade envolvendo diferentes elementos, como modos de fazer, equipamentos (técnicas de cozinha e ingredientes) que buscam criar uma justificativa para seu consumo alinhadas com estas macrotendências alimentares menos processadas com ingredientes naturais. Entretanto, existem contradições entre o discurso da empresa em torno da sustentabilidade e suas práticas, mediadas e legitimadas pelos chefs, conforme veremos na próxima seção.

### 5.3 - A CARNE É FRACA: ESCANDALOS E CRISES ALIMENTARES NO BRASIL

Assim como fomos surpreendidos ao longo da pesquisa com as alianças dos chefs e da indústria e optamos por seguir o caminho expresso neste capítulo, novamente mais um fato muda o curso desta análise. Aqui nos referimos a uma operação que iniciou-se em março de 2017 pela Polícia Federal que ficou conhecida como Carne Fraca. Este evento é particularmente importante para nosso estudo, pois ele demonstra a imprevisibilidade presente no curso das transições para a sustentabilidade. A operação desmantela toda a estratégia de construção de uma qualidade sustentável da carne de frango que vinha sendo construída pela indústria apoiada pelos chefs. Deste modo, o evento intensifica os conflitos no interior da rede e coloca em destaque a confiança no papel dos chefs nestas parcerias.

A operação Carne Fraca consistiu em investigar as denúncias de empresas brasileiras na comercialização de carne adulterada no mercado interno e externo. Entre as empresas investigadas na operação, estavam as integrantes do grupo JBS (Seara, Swift, Friboi e Vigor) e da BRF (Sadia e Perdigão). As acusações consistiram nas denúncias de comercialização de carne estragada, datas de vencimento alteradas, adulteração do aspecto da carne através do uso de produtos químicos supostamente cancerígenos e por corromper agentes do governo que facilitavam a liberação da comercialização destas carnes. Estes agentes eram fiscais do Ministério da Agricultura que recebiam propina em troca de fiscalizações irregulares nos frigoríficos, emitindo falsas licenças para as empresas. Além do envolvimento das empresas estudadas na operação Carne Fraca, os nomes de empresários da JBS também estão envolvidos na investigação de corrupção chamada Lava Jato<sup>28</sup>, e que envolve esquemas de propina entre empresários JBS e membros parlamentares.

A operação Carne Fraca, ainda sob investigação da polícia, foi realizada em três etapas. A 1ª fase, envolveu a investigação de mais de 30 frigoríficos em 7 estados brasileiros através de depoimentos e escutas telefônicas. Nesta etapa, a PF executou 309 mandatos judiciais, 27

---

<sup>28</sup> A operação Lava Jato é um conjunto de investigações realizado pela Polícia Federal com o objetivo de apurar uma série de esquemas de lavagem de dinheiro, crimes de corrupção, propinas, organização criminosa. Os envolvidos nos crimes fazem parte da Petrobrás, parlamentares e algumas empresas privadas, dentre as quais a JBS.

pedidos de prisão preventiva e 11 de prisão temporária<sup>29</sup>. A 2ª fase da operação foi chamada de Antídoto, e o principal investigado foi um ex-superintendente do MAPA no estado Goiás envolvido num esquema que visava destruir possíveis provas que contribuíssem para a investigação da Carne Fraca. Já a 3ª fase da operação, denominada Trapaça, tem como foco principal a investigação da BRF. Nesta etapa a operação apontou irregularidades em laudos laboratoriais emitidos para a empresa no período de 2012 a 2015. Os laboratórios em questão, fazem parte do PNCRC/Animal, conforme já mencionamos anteriormente, e que são uma ferramenta de gerenciamento de risco utilizada pelo MAPA que avalia critérios de segurança química dos alimentos de origem animal produzidos no Brasil.

O programa tem como objetivo principal elaborar planos anuais de amostragem que realizam testes em ovos, leite, mel e animais encaminhados para abate em estabelecimentos sob Inspeção Federal. Estes testes visam averiguar a presença de drogas veterinárias autorizadas e proibidas, que incluem hormônios, agrotóxicos e contaminantes inorgânicos. Estas análises são feitas nos laboratórios autorizados da Rede Nacional de Laboratórios Agropecuários, composta pelos Laboratórios Nacionais Agropecuários – LANAGROs (laboratórios oficiais do MAPA) e outros laboratórios públicos e privados que são credenciados pelo MAPA. As ações de planejamento e execução do PNCRC/Animal envolvem diferentes unidades administrativas da Secretaria de Defesa Agropecuária – SDA/MAPA, como o Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), o Departamento de Fiscalização de Insumos Pecúários (DFIP), Coordenação Geral de Apoio Laboratorial (CGAL) e a Coordenação de Geral de Inteligência e Estratégia (CGIE).

As amostras são recolhidas por agentes do Serviço de Inspeção Federal através da análise de lotes de animais que permitem identificar a rastreabilidade das propriedades rurais. Caso haja violação dos níveis aceitáveis, são realizadas investigações que fiscalizam as propriedades rurais dos lotes analisados e sanções administrativas e controle do risco são realizadas. As propriedades que não cumprem a regulamentação são submetidas a um acompanhamento onde lotes são retidos até que

---

<sup>29</sup> Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/entenda-o-que-e-a-operacao-carne-fraca-e-os-impactos-para-a-brf/>. Acesso em 01 de junho de 2018.

resultados satisfatórios sejam verificados em conformidade com a legislação<sup>30</sup>.

Esta fraude investigada causou uma profunda crise no mercado de proteína animal brasileiro e sua situação no mercado global. Estima-se que ainda no período de início das investigações, as companhias já somavam uma perda de valor de mercado de mais de 6 bilhões de reais (VIEIRA, 2017). Uma série de compradores internacionais reincidiram seus contratos com as empresas investigadas e as ações das companhias sofreram quedas vertiginosas. As inseguranças dos consumidores com relação ao consumo de carne igualmente cresceram, bem como nas instituições públicas de regulamentação e fiscalização. Este fato aponta para a fragilidade destes mecanismos de gerenciamento de risco e levanta uma série de controvérsias, especialmente sobre a qualidade dos produtos do setor avícola, nosso foco central.

Ambas empresas se pronunciaram oficialmente através de comunicados oficiais de esclarecimento sobre a participação no âmbito da Operação Carne Fraca. A JBS removeu do seu website toda informação relacionada a operação, assim como todas as campanhas do site Hoje tem Frango, incluindo as participações do chef Alex Atála. Abaixo um trecho da declaração veiculada nos principais meios de comunicação brasileiros:

A JBS e suas subsidiárias atuam em absoluto cumprimento de todas as normas regulatórias em relação à produção e a comercialização de alimentos no país e no exterior e apoia as ações que visam punir o descumprimento de tais normas. A JBS no Brasil e no mundo adota rigorosos padrões de qualidade, com sistemas, processos e controles que garantem a segurança alimentar e a qualidade de seus produtos. A companhia destaca ainda que possui diversas certificações emitidas por reconhecidas entidades em todo o mundo que comprovam as boas práticas adotadas na fabricação de seus produtos.

---

30

Disponível

em:

<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-animal/plano-de-nacional-de-controle-de-residuos-e-contaminantes>. Acesso em 15 de maio de 2018.

A Companhia repudia veementemente qualquer adoção de práticas relacionadas à adulteração de produtos – seja na produção e/ou comercialização - e se mantém à disposição das autoridades com o melhor interesse em contribuir com o esclarecimento dos fatos (JBS, 2017).

Já a BRF criou uma seção no seu site chamado de “portas abertas” que é definido como uma plataforma de transparência em respeito aos brasileiros. Nesta seção, é possível acessar os comunicados oficiais da BRF esclarecendo seu envolvimento com a operação Carne Fraca. Em seu primeiro comunicado oficial, a empresa construiu uma narrativa que busca desmistificar cada acusação sofrida através de justificativas que isentam sua responsabilidade. A companhia justifica a interdição de uma de suas fábricas, a acusação de exportar carne com a presença de salmonela, o uso de papelão misturado a carne e rebate as acusações de corrupção e sobre a venda de “carne podre”. Para finalizar a empresa reitera “seu apoio à fiscalização do setor e ao direito de informação da sociedade com base em fatos, sem generalizações que podem prejudicar a reputação de empresas idôneas e gerar alarme desnecessário na população”.

Os desdobramentos da operação conduziram a um cenário onde a disputa dos argumentos oscilam em pelo menos duas direções principais. Por um lado, o discurso sustentado pelos atores envolvidos no escândalo diz respeito ao caráter pontual da ação. A indústria, os órgãos públicos e o governo federal, buscam enfatizar que somente menos de 30 frigoríficos estão sendo investigados e 33 funcionários afastados, e isto representa um número relativamente inferior para ser generalizado para o setor como um todo. Em comunicado oficial o MAPA afirma:

O MAPA possui 4.837 estabelecimentos registrados no DIPOA e um quadro de pessoal de, aproximadamente, 11.000 funcionários. Deste total, apenas 21 estabelecimentos foram citados na Operação “Carne Fraca” e 33 servidores estariam envolvidos em ações irregulares.

Isso representa, em dados numéricos, que 99,8% dos estabelecimentos registrados ou relacionados e 99,7% do quadro de pessoal não estão envolvidos nas denúncias de irregularidades da “Operação Carne Fraca”.

Tal realidade nos permite classificar as irregularidades como casos isolados (MAPA, 2018).

Já um segundo argumento chama a atenção para uma crise estrutural da indústria alimentar e da fragilidade dos mecanismos de gestão de risco e fiscalização por parte do estado para o setor da carne. A exemplo do caso europeu relacionado ao escândalo de substituição de carne bovina pela carne de cavalo, conduziram a um cenário de profunda crise alimentar desencadeada por rotulagens fraudulentas e que abalou diretamente na confiança dos consumidores. Stanciou (2015) argumenta que como produto da crise, os consumidores passaram a evitar o consumo de carne vermelha, boicotando tais produtos e estimulando novas escolhas de outros tipos de carne ou dietas vegetarianas. Da mesma forma, o escândalo da carne de cavalo tornou-se um assunto social viral para a mídia, que passou a considerar diferentes opiniões e abordagens científicas para pensar os usos da carne de cavalo. Isto colocou o consumidor numa posição de confronto com as incertezas em relação as características nutricionais e inocuidade da carne de cavalo, além dos efeitos potenciais sobre a saúde. Como resultados deste escândalo, questões como legalidade, moralidade e a ética nos negócios de alimentos também obtiveram importante peso nas ponderações sobre o escândalo.

Outro ponto levantado por Stanciou (2015) é de que como resultado do escândalo, a Comissão Europeia lançou uma série de medidas de prevenção e sanções para regular a indústria alimentar, que incluiu mudanças de enquadramento legal, treinamento de agentes comunitários no setor de alimentos, além de um programa destinado a impedir a fraude através de uma rede de sistemas comunitários de testes de autenticidade.

A operação Carne Fraca aparece como um importante evento que marca retrocessos nos processos de transição para sustentabilidade conduzidos pela parceria entre a indústria e chefs. Ao mesmo tempo, a operação reforça os conflitos entre os diferentes tipos de chefs dentro das redes, que possuem diferentes entendimentos sobre sustentabilidade que não são compatíveis com as noções de sustentabilidade empregadas pela indústria. Deste modo, estes conflitos nas construções de qualidade dos atores desencadeiam controvérsias, que analisaremos a seguir.

### **5.3.1 - Abrir a boca ou fechar os olhos? Analisando controvérsias**

A operação Carne Fraca é um importante evento que levanta controvérsias em relação a noção de qualidade da carne de frango mobilizada pela indústria alimentar. Uma das possíveis formas de tratar estas controvérsias é analisar essa noção de qualidade do prato congelado enquanto uma alegação da indústria. Nós poderíamos escolher o caminho de explicar estas controvérsias através de sua dimensão biológica/química e o tipo de adulteração dos produtos alimentícios e toxicidade do emprego das substâncias não permitidas nos frigoríficos, mas nós escolhemos uma dimensão política.

A noção de caixa-preta de Latour (1998) serve como um guia para apresentar estas controvérsias que envolvem processos da construção da qualidade da carne nas marcas estudadas. O conceito de caixa-preta refere-se a fatos científicos e artefatos técnicos que foram estabilizados e deixam de ser questionados tornando-se um tipo de conhecimento implícito no cotidiano. A caixa-preta representa o esforço de inúmeros atores e forças humanas e não-humanas para sustentar que determinada afirmação seja verdadeira. Isso implica que quando uma afirmação atinge o status de caixa-preta, ela tem a capacidade de resistir, mesmo aos investimentos contrários que questionem a sua veracidade ou aqueles que ainda não foram convencidos, chamados de discordantes. Deste modo, a construção de um fato envolve construtores que buscam reunir diversos elementos com o objetivo de consolidar suas alegações, tornando-se posteriormente um fato.

Como vimos, o processo de construção da qualidade dos pratos congelados apresentados, se dá através de uma noção de qualidade que reivindica atributos de sustentabilidade. A sustentabilidade auxilia na construção de uma noção de natural, que baseia-se na “não” utilização de hormônios, antibióticos e conservantes. Portanto, a noção de natural é produzida artificialmente, contrapondo-se aos produtos ultra processados, caros a indústrias alimentar. Até um pouco antes da Operação Carne Fraca, o grupo de atores que ajudavam a construir a qualidade do prato congelado eram compostos por galinhas, granjas, veterinários, certificadoras, chefs e celebridades, mídias, sites e rotulagem. Todavia, após o escândalo, uma nova categoria de atores aparece, mostrando uma caixa preta que não era de conhecimento público. Deste modo, garantir a alegação da qualidade da carne só foi possível através da invisibilização de uma série irregularidades da indústria de alimentos, que dependem de

laudos falsificados, análises laboratoriais, omissão de fiscais sanitários, propinas, silenciamentos de funcionários e alianças políticas. Isso indica que a alegação de qualidade da indústria da carne é fabricada através da colaboração de atores da esfera política.

Isso faz com que analisemos a indústria como construtores de fatos, que aliam laudos técnicos, laboratórios de análises químicas, chefs, certificadoras, agentes fiscais e políticos para endossar um tipo qualidade para os seus produtos. Assim, a Operação Carne Fraca desestabiliza a estratégia da indústria e abre uma caixa preta que envolve outros atores e alianças políticas, fraudes, corrupções e silêncios que não estavam ativos na construção da qualidade até então. Após o escândalo, as noções de sustentabilidade se desestabilizam, assim como a noção de qualidade da indústria. O consumidor quando lê a afirmação “ingredientes naturais” nos rótulos dos produtos citados, passam a tomar essa alegação menos como um fato e mais como ficção, pois levam esta afirmação de volta ao local em que elas partiram, para a boca e as mãos de quem o tenha construído (LATOURE, 1998, p. 45).

Para LATOURE (1998, p. 53) “quando as controvérsias se inflamam, a literatura se torna técnica”, ou seja, quanto mais as controvérsias avançam, mais somos levados as tecnicidades que tentam manter as caixas pretas fechadas. A indústria passa a lançar mãos de textos, documentos e artigos para transformar as opiniões em fatos, Latour (1998) chamou este recurso de argumentos de autoridade. Vejamos alguns exemplos:

A presença de *Salmonella Pullorum* em Carambeí foi identificada em matrizes e em lotes de frango de corte no mesmo período de 2016. Apesar de a bactéria não apresentar nenhum risco à saúde, a legislação exige que a sua ocorrência seja monitorada, pesquisada e reportada. E assim foi feito pela BRF. Os resultados dessas análises foram devidamente notificados ao Serviço Veterinário Estadual e ao Serviço de Inspeção Federal, como determina a legislação. O documento nº 016/16/Matrizes foi encaminhado no dia 18 de abril de 2016 ao Serviço Veterinário Estadual, informando que a empresa havia identificado *Salmonella Pullorum* no lote, com eliminação da matriz e dos ovos incubados para que a salmonela não fosse transmitida a outras aves, como determina a legislação brasileira. Porém, a lei

permite que as aves sejam enviadas para abate normalmente, uma vez que isso não representa risco à saúde humana (BRF, 2017).

É, oportuno, ainda, esclarecer que a Resolução RDC/ANVISA nº 12, de 2 de janeiro de 2001, não estabelece limites para *Salmonella* sp. em carnes de aves crua e, considerando a dificuldade de controle deste patógenos na carne de aves, a Resolução RDC/ANVISA nº 13, de 2 de janeiro de 2001, torna obrigatório constar em destaque na rotulagem da carne de aves as seguintes informações (...) (MAPA, 2017).

Esta linguagem técnica que se reporta a documentos e legislações tem como objetivo minimizar o impacto das denúncias feitas pela operação. Isto coloca em relevo um tipo de informação que não é facilmente entendida por leigos. Assim, mobilizar uma literatura técnica que utilize textos científicos e legislações, confere maior autoridade as alegações, possibilitando que elas sejam mais facilmente aceitas.

Outro fato simbólico que buscou conter o avanço do escândalo da operação, partiu do governo federal. Na tentativa de assegurar a qualidade da carne nacional diante do escândalo gerado pela Operação Carne Fraca, logo após o incidente, o atual presidente interino do Brasil, Michel Temer, convidou 40 embaixadores de países importadores da carne brasileira para um jantar numa churrascaria em Brasília/DF. A nota a imprensa do governo federal diz o seguinte trecho:

Todas carnes servidas, neste domingo, ao presidente Michel Temer e aos embaixadores convidados para jantar na churrascaria Steak Bull foram de origem brasileira. A gerência do estabelecimento inclusive apresentou os produtos servidos a órgãos sérios da imprensa que questionaram a origem do produto (NOTA GOVERNO FEDERAL, 2017).

A caixa preta aberta pelo escândalo, revela uma rede de atores que trabalhavam em conjunto para garantir a qualidade da carne que até então eram invisíveis neste processo. Após sua abertura, o esforço da indústria e do governo na tentativa de fechar a caixa novamente, é a mobilização de literatura técnica e medidas do governo para amenizar os impactos da

operação, especialmente para frear a sanção dos importadores ao mercado nacional e reduzir os impactos na economia.

Retomando ao papel dos chefs nestas alianças, uma de nossas indagações ao pensar estas parcerias era de compreender quais os interesses dos chefs nestas alianças. Como interesses em comum podem ser compartilhados diante de propostas alimentares tão diferentes? As parcerias de Jamie Oliver e Alex Atála sofreram críticas severas, sobretudo por parte de um grupo de consumidores adeptos a esta proposta gastronômica e pela maioria dos chefs entrevistados. Um dos argumentos utilizados por ambos os chefs para justificar estas parcerias é de que para fazer uma transformação no tipo de alimentação contemporânea, é necessário, igualmente, transformar a indústria alimentar. Segundo esses chefs, estas alianças mostram esforços de criar projetos de sustentabilidade dentro da indústria que garantem melhorias na cadeia produtiva industrial que beneficiem o acesso a uma alimentação mais sustentável para a população. Deste modo, a reputação alcançada por estes chefs permitem que eles possam expandir sua área de atuação para outros espaços, ampliando a possibilidade de práticas sustentabilidade também na indústria alimentar. Estas alianças permitem que os chefs alcancem um novo público que consome comida congelada. O público que consome comida congelada, pode ser potencialmente muito diferente do que público que frequenta seus restaurantes, leem seus livros e assistem seus programas.

Após a operação, os anúncios publicitários de Alex Atála foram retirados do ar, bem como das outras celebridades presentes na campanha Hoje tem frango, todavia a linha de produtos da granja não teve sua comercialização interrompida. Já a parceria da Sadia e Jamie Oliver não teve nenhuma alteração. Não foi localizado nenhuma nota oficial de ambos os chefs pronunciando-se sobre o tema.

Em entrevista concedida a revista *Época Negócios* de 14 de abril de 2018, Alex Atála afirma “Não adianta demonizar a indústria de alimentos. É lógico que eles têm alguma culpa. Mas a mudança de comportamento vem do mercado”. Já em outro trecho o chef acrescenta:

(A nova geração chefs) Vai ser talentosa, mas o que é esse “talentoso”? Um Jamie Oliver na televisão? É um talento. Talvez não seja na cozinha. Acho que vão existir, nos próximos anos, chefs jovens milionários, ainda mais se a profissão continuar indo bem. Por que a Nike tem salário vitalício para o Ronaldo? Porque precisa dele pro resto da vida.

A indústria da alimentação vai precisar de ícones. Vai precisar de gente e, se essa nova geração souber usar, tem chance de ganhar muito dinheiro com comida ainda (MENEGUETTI, 2018)

O trecho acima de Alex Atála, dá elementos que colocam em evidência as controvérsias envoltas nos discursos destes chefs. Apresentamos a experiência de Oliver e Atála aos chefs que entrevistamos e perguntamos o que eles pensavam destas alianças. As respostas foram consenso, excluindo apenas um dos chefs que trabalha num dos restaurantes de Atála. Optamos estrategicamente por remover este bloco de questões, já que o questionário foi respondido via e-mail, depois de inúmeras tentativas frustradas. Vamos a opinião de um de nossos entrevistados:

I think it's terrible. This thing about him getting inside big business. Okay, you are getting inside big business but you are also taking how many millions of dollars as aiming for this and now you are just promoting something that is terrible, and you are convincing all these people to eat this crap chicken. I do not understand what being on the inside ... is... what are you trying to do? I want to know that. That is what I want know [...] these companies do not care about nutrition, they do not care about giving a superior product, they care about money, and when money is your driving factor, a chef is never going to build an influence, because money drives it, not quality (Restaurante Amass) .

A opinião do chef acima representa um consenso entre os chefs entrevistados durante o trabalho de campo. Os chefs chamam a atenção sobre a questão da qualidade dos ingredientes da indústria. Nosso argumento coloca em evidência o conflito entre as duas concepções de “natural” que são mobilizadas de um lado pela gastronomia e do outro pela indústria. Dentro de um restaurante, a ideia de ingrediente natural é muito diferente dos ingredientes naturais dos pratos congelados. Utilizar frango industrialmente congelado no menu é algo que não corresponde a noção de qualidade para os chefs que entrevistamos, especialmente por que a concepção de natural para os chefs opera num âmbito de sabor que carrega consigo um ethos que parte de uma natureza necessariamente

agrária. Seguindo outra linha, a concepção de natural para a indústria, é construída de forma relacional com noção de artificial. Os ingredientes naturais das embalagens referem-se a ausência de hormônios, conservantes e antibióticos. Isto implica muito mais nos que os ingredientes não possuem, do que as possíveis qualidades inerentes dos ingredientes. Neste caso, o natural da indústria e o natural da gastronomia são bastante distintos. A presença destes indícios na rotulagem que aparecem nas informações do tipo “feito com ingredientes naturais” “do campo a mesa” “da granja” “100% natural” etc, nada tem a ver com o esforço dos chefs em identificar o que há de mais fresco da estação para servir em seus restaurantes. A noção de natural da indústria conforme apontamos são incompatíveis. Para o chefs de restaurantes, a ideia de natural não inclui um tipo de produção artificial, de congelamentos, transporte, supermercados até chegar ao prato do consumidor. Já para os chefs celebridades, a possibilidade de lucrar com a comida sustentável tem muito a ganhar com a inclusão da indústria alimentar. Alex Atála é um destes exemplos, cujo leque de atuação vai desde alianças com a Seara, em meio a escândalos de carne contaminada, ao investimento em cadeias de ingredientes indígenas amazônicos, como o caso das formigas, pimentas Baniwa e cogumelos Yanomami. Já Jamie Oliver igualmente explora muito bem sua figura de empreendedor no ramo alimentar. As marcas que carregam seu nome vão de restaurantes, utensílios culinários, mídias digitais, revistas e Youtube.

Aqui retomamos os tipos ideais de chefs que mencionamos no capítulo 3 e suas formas de ação. O caso emblemático dos chefs celebridades e suas estratégias de ação através de alianças com a indústria, demonstram as diferentes formas de agir no sistema alimentar contrastadas com o trecho acima do chef Mathew Orlando do restaurante Amass. As controvérsias sobre estas alianças com a indústria, geram conflitos no interior das redes, especialmente sobre como renomados chefs devem se posicionar com relação a sustentabilidade para reivindicar um tipo de gastronomia sustentável. Para Orlando, a parceria de Atála com a indústria tem fins meramente econômicos, ao passo que no seu entendimento, um chef jamais deveria se unir com a indústria. Para ele, existiria uma conduta a ser seguida pelos chefs que parte do seu amplo conhecimento sobre comida e ética. Portanto, unir-se com indústria que comercializa carne de frango de qualidade inferior, não condiz como um chef deveria agir. Orlando chama atenção para uma questão importante para este tipo de gastronomia sustentável, que se traduz pela ideia de quem são os possíveis aliados nas redes e quem são possíveis inimigos.

Estes diferentes entendimentos sobre sustentabilidade trazem fragilidades para as redes, que se baseiam em condutas amparadas pela solidariedade e apoio entre os atores.

Outro aspecto relevante diz respeito ao fato da transição para sustentabilidade na indústria também ocorrer através de nichos. A exemplo das indústrias estudadas, notou-se que somente algumas linhas específicas de produtos das marcas passam a ajustar-se a modelos mais sustentáveis. Isso significa que outras dinâmicas passam a ser ativadas no mercado de alimentos a partir de eventos dessa envergadura. Os escândalos alimentares desta natureza, possuem o potencial de estimular outras respostas que refletem na diminuição do consumo destes alimentos. Isso relaciona-se diretamente com a crescente adesão por dietas alimentares como vegetarianismo, veganismo e movimentos que tem como objetivo a redução do consumo da carne. Um conceito bastante utilizado na criação de menus pelos chefs é de criar pratos que não coloquem a carne como a estrela principal sendo utilizado o ingrediente em quantidades reduzidas, ao invés disso, combinações criativas, inusitadas e saborosas de vegetais e legumes são cada vez mais populares entre restaurantes. Estas práticas tentam desviar o foco da carne nas refeições, sendo que suas aparições no menu passam a carregar novos sentidos, como privilegiar outros ingredientes sazonais, carnes de caça ou a produção de pequenos produtores sustentáveis. Outras inovações igualmente aparecem neste cenário, como substitutivos para carne. Exemplo disso, é *Impossible Meat*, alimento desenvolvido para substituir a proteína animal através de imitações feitas com ingredientes de origem vegetal, mas que muito se assemelham em textura e sabor a carne bovina. Uma das formas de inserção no mercado da *Impossible Meat*, é através de sua comercialização em locais estratégicos, como o restaurante *Momofuku* em Nova York do chef David Chang. Assim os chefs e restaurantes vão delineando outras formas e relações de consumo de carne. O escândalo da Carne Fraca traz alguns questionamentos sobre o que esperar dos chefs, como por exemplo, como os chefs irão conduzir as alianças com a indústria no futuro? As indústrias irão ampliar seu portfólio de produtos saudáveis/sustentáveis? A transição para cadeias agroindustriais seguirá os modelos certificados com o apoio dos chefs ou novas estratégias serão lançadas?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese buscou mostrar como a questão da sustentabilidade tem contribuído para modificar e reposicionar o papel da gastronomia e da culinária na contemporaneidade. A gastronomia que conhecíamos no passado como algo acessível somente as elites gourmets têm atravessado por um processo de flexibilização nos últimos anos que proporcionou o seu alargamento e a democratização do seu acesso, incorporando nos menus dimensões políticas e ambientais. Nossa abordagem buscou mostrar o processo de descolonização da tradição francesa na gastronomia, através da globalização e sustentabilidade, mostrando a construção de uma versão culinária cosmopolita e colaborativa baseada numa noção de natureza comestível.

Através de uma análise que priorizou o estudo de práticas sustentáveis de chefs de cozinha e seus restaurantes, destacamos a ascensão do papel dos chefs como importantes atores no sistema alimentar, que introduzem inovações que não somente modificam a prática culinária nas cozinhas profissionais, como auxiliam num processo mais amplo de transição para um modo de consumir alimentos mais sustentáveis. Para tal, as questões norteadoras do estudo foram: como os chefs performam uma versão sustentável dos alimentos? Em seguida, nosso interesse foi em estudar como os chefs constroem as redes, estratégias, arranjos e infraestruturas no mercado de restaurantes para lidar com a sustentabilidade?

Para responder estas perguntas, percorremos três países em busca de restaurantes sustentáveis e chefs engajados com esse estilo culinário. Visitamos desde restaurantes premiados como mais sustentáveis do mundo, assim como pequenos estabelecimentos alimentares localizados em *food halls*, feiras temáticas e projetos com motivações sociais. Além disso, acompanhamos o cotidiano de diversos chefs e restaurantes no Instagram através de uma pesquisa online. A proposta de seguir os atores conduziu a pesquisa para um caminho ainda mais extenso, por esta razão decidimos analisar mais de perto suas parcerias com indústria de alimentos.

Com um objeto de pesquisa interdisciplinar por excelência, optamos por combinar diferentes referenciais teóricos, com o intuito de trazer contribuições dialógicas e articuladas que tinham a prática como elemento em comum, como a Teoria das Práticas, Teoria do Ator-Rede e Teoria das Transições. Apesar de algumas incongruências entre as teorias,

elas nos auxiliaram a pensar nosso objeto estudo a partir de uma sensibilidade teórica bastante inovadora. Isso implicou na forma de perceber quem eram os atores na pesquisa, a disposição destes atores no tempo e espaço, além das unidades básicas de análise. Além disso, elas nos ajudaram a situar o nosso estudo num importante momento de transição que envolve diferentes noções de sustentabilidade em disputa.

O *design* da tese foi pensado numa tentativa de situar um objeto muito difuso e fluído. Deste modo, o capítulo 1 partiu do esforço em utilizar os estudos inscritos na virada ontológica, com o propósito de desconstruir dicotomias estabilizadas como natureza e cultura, humano e não-humano, e mostrar um novo tipo de gastronomia que é trazida a existência através das descrições das práticas dos chefs. Isso implicou em destacar a importância da materialidade para a pesquisa e agência de atores não-humanos. O argumento central foi de chamar a atenção para como os chefs modificam a ontologia dos ingredientes através de diferentes ontologias, performando assim uma versão de gastronomia sustentável. Observou-se a partir das práticas dos chefs, os entendimentos sobre o que é considerado boa comida, lançando uma luz sobre quais práticas são mais valorizadas em detrimento de outras. Estas práticas culinárias que estudamos, são reorganizadas com base numa racionalidade “natural” que modifica as regras e moralidades na relação com os alimentos e que tem seu início muito antes da refeição à mesa, mas engloba de maneira mais ampla, políticas, modos de produção e consumo de alimentos na contemporaneidade.

Deste modo a ideia de rede aqui como noção teórica e metodológica foi utilizada para conectar diferentes realidades empíricas que são amplas e plurais. Apresentamos ao longo da tese, histórias de ingredientes, pequenos restaurantes, grandes indústrias e eventos microscópicos na tentativa de mostrar estes atores sem dissociá-los de grandes processos globais de transição para dinâmicas mais sustentáveis. O resgate de alimentos que iriam pro lixo feito por voluntários do Guerrilha Kitchen, assim como os pães de casca de banana do Lila em Florianópolis, fazem parte das dinâmicas de um amplo mercado globalizado onde a sustentabilidade passa a orientar processos políticos e econômicos.

No capítulo 2, mostramos as principais modificações no sistema alimentar que tem como *mainstream* um modelo de produção industrial. Este modelo tem sido questionado por inúmeros atores e respostas vem sendo elaboradas como alternativas a este tipo de alimentação industrializada. Destacou-se o papel dos chefs neste sentido, como atores

que criticam este modelo e passam a engajar-se politicamente para reverter este cenário, informando os consumidores sobre o que é sustentável, utilizando os ingredientes como vetor principal para traduzir essas questões. Para isso foi necessário romper com a noção de gastronomia clássica baseada na técnica e criar um modelo de gastronomia reversa, que tem seu início no ingrediente. Outro ponto levantado neste capítulo são as novas formas de ação coletiva e engajamento político que surgem para lidar com a sustentabilidade entre os chefs e restaurantes.

No 3 capítulo, repensamos categorias já estabelecidas neste campo como a *cuisine*, o chef e o restaurante. Com isso quisemos trazer as principais modificações percebidas no campo da gastronomia, onde a sustentabilidade interage com estas categorias e modificam seus significados. Chefs como Jamie Oliver e Rene Redzepi, por exemplo, estão atuando em diferentes níveis e intensidade nas cadeias de alimentos, mas com objetivos semelhantes: compartilhar com o público o que consideram o que é bom para comer e por quê. Através da relação entre suas práticas culinárias e sustentabilidade, os chefs reconstróem conexões entre produção e consumo, enfatizando um tipo de qualidade para os ingredientes. A sazonalidade busca destacar o papel da natureza dentro da gastronomia, de modo a produção e o consumo de alimentos devem seguir uma lógica espacial e temporal. Este modo de performar ingredientes modifica igualmente a forma de cozinhar. Agrupamos os chefs em diferentes perfis de acordo com o seu envolvimento com práticas sustentáveis em diferentes níveis de ação. Esses tipos ideais de chefs são não estáticos e suas interações são definidas em escala que interagem entre nicho e regimes. Já o restaurante enquanto uma instituição alimentar contemporânea passa flexibilizar-se, de modo que modifica sua infraestrutura, que vai desde incorporação de hortas e estufas até o formato de pop-up. Outras modificações foram igualmente apresentadas como resultado dessa flexibilização, a maior informalidade nos serviços, que modificam as etiquetas e o esquema mais tradicional de comer fora que aproximam e sobrepõe dinâmicas da cozinha de casa e a cozinha de restaurante.

Após uma análise mais teórica sobre como os chefs performam uma versão sustentável da gastronomia, nosso objetivo foi mostrar como esse fenômeno ganha vida e sai do restaurante. No capítulo 4, nós traçamos um caminho para mostrar os deslocamentos e trajetórias dos ingredientes e pratos, através do estudo destas dinâmicas no *Instagram*. Assim, foi necessário criar uma metodologia de análise que combinassem

seu papel como fonte e como ator. Por último, no capítulo 5, nós destacamos os novos arranjos construídos pelos chefs seguindo a associação com outros atores do sistema alimentar, analisando o caso da indústria avícola e dos chefs no Brasil.

Ao longo da tese, buscou-se mostrar como ocorre a associação de diferentes atores para a composição de múltiplas redes que constroem um tipo ideal de gastronomia sustentável. Estas redes têm como base valores como solidariedade e apoio entre os atores, criando novos códigos de ética para a gastronomia e a relação com os ingredientes. A análise apontou para o fato de que como alguns chefs atuam como atores centrais, conectando redes transnacionais, como o caso dos chefs que compõe o grupo G11. Ao longo do processo, alguns chefs passam a aliar-se com outros atores do sistema alimentar, como a indústria avícola, e são criticados pelos demais atores destas redes, cujos valores e entendimentos sobre sustentabilidade é incompatível com os valores da indústria.

Estas redes apresentam características de fragilidade, pois passam a ser alvo de estratégias da indústria que tem interesse em aliar-se a estas redes e atores para traduzir em conjunto transformações em andamento, fortalecendo as narrativas de sustentabilidade na comida processada e construindo novas imagens de responsabilidade corporativa para os consumidores. Contudo, verificamos que existem divergências e conflitos no interior das redes, que criticam estas alianças entre chefs e indústria pois suas práticas são contraditórias, como revelado pela operação Carne Fraca.

A capacidade de atrair consumidores através dos chefs atraiu o interesse de grandes atores no sistema alimentar e, ao mesmo tempo, criou parcerias controversas entre chefs e a indústria e varejistas. Essas coalizões produzem resultados diversos. Um elemento importante nas parcerias aponta para a tendência de os gigantes da indústria alimentícia e do varejo se aliarem aos chefes de cozinha, considerando-os como importantes figuras mediadoras entre os consumidores, baseado nas suas relações de confiança com o grande público. Essas uniões destacam o conflito intrínseco nas práticas do chef, que, como especialistas em alimentos, recomendam a seus clientes escolhas alimentares mais éticas e saudáveis, mas, por outro lado, acabam liderando campanhas de alimentos processados, como o caso de Alex Atála e Jamie Oliver.

Propomos nesta tese que o debate sobre estas novas práticas de sustentabilidade nos mercados alimentares liderados por chefs não podem ser reduzidas a uma homogeneidade. Ao esmiuçar as múltiplas práticas dos chefs, nos deparamos com diferentes conflitos que as tornam muito

voláteis. Confrontando os limites concluiu-se a existência de um campo que constitui contra o *mainstream* de industrialização alimentar com várias redes e sub redes altamente inovadoras com características combativas a este modelo. Mas ao final da análise, vemos que existem uma série de fraturas dentro das redes, que mostram que estas redes não sólidas, que elas passam a ter diferentes formas de interpretar a sustentabilidade.

Esta tese não teve como objetivo analisar dinâmicas de gênero no universo da gastronomia, entretanto é inevitável e necessário destacar que a cozinha profissional é um espaço dominado por homens, embora historicamente, a prática de cozinhar pertencer a uma esfera privada e sendo uma atividade predominantemente feminina. Durante o trabalho de campo, visitou-se mais de 30 restaurantes e *food halls* além de acompanhar via *Instagram* mais de 400 perfis relacionados ao universo gastronômico. Isso nos permite afirmar que o número de mulheres chefs, especialmente *head chefs*, é ainda muito inferior se comparado aos homens. As posições femininas nos restaurantes restringem-se, na grande maioria das vezes, em funções mais subalternas dentro dos restaurantes. Todavia, é notável um movimento inicial de chefs mulheres, e homens, em problematizar a disparidade de gênero no cenário gastronômico mundial através de algumas iniciativas como o *Parabere Fórum*, que consiste num encontro cujo objetivo é garantir um espaço de discussão sobre questões alimentares contemporâneas por perspectivas femininas. A discussão sobre gênero na gastronomia igualmente passou a ser incluindo como tópico em outros eventos e simpósios gastronômicos que questionam, entre outras questões, a falta de oportunidades para mulheres no setor, além das críticas as premiações ainda divididas por gênero.

Uma das limitações para esta tese consistiu na resistência por parte das indústrias estudadas em colaborar com entrevistas para a pesquisa. Apesar de sabermos que em meio ao grande escândalo da operação Carne Fraca, a indústria pouco contribuiria com informações relevantes para a pesquisa, o seu silêncio foi contraproducente para o trabalho pois o limitou somente as fontes documentais e digitais. Acreditamos que informações mais específicas sobre os objetivos da indústria em buscar parcerias com os chefs poderiam trazer elementos interessantes e enriquecer a análise.

A comida possui a incrível característica sensorial capaz de despertar emoções e afetos. Este fato chama a atenção para uma possível interface entre gastronomia e a esfera das sensibilidades. Ainda que nossa tarefa não tenha sido aprofundar o debate sobre a gastronomia enquanto

arte, gostaríamos de nos aproximar da ideia de Latouriana da necessidade de reconstrução das sensibilidades para pensar as questões ecológicas. Isso quer dizer que a gastronomia pode ser um instrumento capaz de chamar a atenção para uma estética aproximada aos fenômenos ambientais, como a metáfora do prato que imita as paisagens locais, ou instigam o que é comestível ou não.

É possível que uma das críticas endereçadas a nossa análise parta do princípio que ao realizar um trabalho de campo mutissituado em países com realidades tão distintas nós devêssemos ter explorado de maneira mais atenta as especificidades destes locais. Pensar a culinária brasileira e os ingredientes indígenas, como a mandioca por exemplo, é um universo que muito se difere da biodiversidade europeia. A crítica ainda poderia se estender para uma dimensão econômica, onde questionar o acesso a este tipo de gastronomia sustentável seja ainda muito restrita a grande parte da população brasileira, ao passo que no caso europeu o acesso a dietas mais sustentáveis já é algo que faz parte do cotidiano destes países. Nós estamos conscientes destas questões e entendemos estas diferenças, entretanto escolhemos um caminho mais difícil. Nossa análise priorizou uma dimensão que desse conta de mostrar a amplitude destas dinâmicas. O foco foi tentar mostrar que independente da escolha por chefs americanos, franceses, brasileiros ou russos, conforme a série de casos descritos ao longo do texto, os elementos que buscamos trazer a evidência convergem para um modo semelhante de valoração de práticas em qualquer um dos casos.

Nossa pesquisa ainda levanta algumas críticas a respeito das práticas controversas dos chefs estudados. Como pensar casos tão emblemáticos como o de Alex Atála? Em setembro de 2013, numa das edições do *MAD Symposium* em Copenhague, uma espécie de simpósio conceito para os melhores chefs do mundo, Atála mata uma galinha quebrando o seu pescoço diante de uma plateia entusiasmada de 300 pessoas. O tema daquele ano trazia a ideia de que por trás de cada prato existe uma morte. Enquanto Rene Redzepi lia um trecho sobre morte do então recente livro de Atála “D.O.M: redescobrimo ingredientes brasileiros”, sentada ao lado de Atála, a criadora de galinhas orgânicas e fornecedora do Noma, endossa a espetacularização da morte de uma de suas galinhas pelo chef. A teatralidade daquele momento é bastante representativa se pensarmos a aliança de Atála com a Seara. Apesar de sustentarmos a tese de que os chefs são dotados de uma potência de ação transformadora para um tipo de alimentação mais sustentável, é necessário destacar que quando se trata de práticas de mercado, os

entendimentos sobre sustentabilidade são constantemente negociados por estes atores de acordo com os seus interesses. Deste modo, as narrativas de mudança para sustentabilidade são moldadas de acordo com as diferentes formas de ação dos chefs nos diferentes espaços onde são performadas. Por essa razão o discurso de Alex Atála para a indústria é muito diferente da forma que a teatralizada no palco do MAD, e também diferem-se dentro de seus restaurantes. Entretanto, essas narrativas sobre os ingredientes nos diferentes espaços, estão conectadas por um eixo central, da sustentabilidade.

Nossas análises levam à conclusão de que os mercados gastronômicos contêm dinâmicas emaranhadas entre engajamento político com a sustentabilidade e interesses econômicos que sobrepõem as prioridades dos chefs com objetivos contraditórios. As contradições são mostradas pelas alianças entre chefs e indústrias de alimentos quando diferentes noções sobre a qualidade dos ingredientes entram em conflito. Do ponto de vista da sustentabilidade e dos processos de restauração, há sinais claros de que estas dinâmicas atingem os pequenos restaurantes mas também as grandes redes de fast food, como a Pizza Hut, por exemplo. Os restaurantes não são a base da alimentação diária, mas ajudam as pessoas a se alimentar e seu papel em fazer isso de uma forma mais sustentável ganha destaque. Apesar das transições ocorrerem num sistema baseado em nicho-regime-paisagem, ocorrendo numa direção de baixo pra cima, de um ponto de vista econômico, esse processo ocorre de cima para baixo, ou seja, da alta gastronomia que é acessível apenas quem tem dinheiro para pagar.

Concluimos portanto que os chefs são agentes exponenciais para a criação e reorientação de cadeias produtivas mais sustentáveis, através de uma transformação das moralidades na forma de cozinhar, percebendo a natureza como a origem da comida. Os chefs trazem inúmeras complexidades através de suas práticas culinárias, e a noção de natureza passa a ser reexaminada. Ao chegar ao fim da nossa análise, buscamos delinear um processo em curso que mostra como a noção de sustentabilidade tem sido um *game changer* para o mercado da gastronomia e como os chefs são atores fundamentais para uma mudança na prática de cozinhar. Ao mobilizar a teoria das transições para mostrar essa mudança, nós identificamos nichos de atores (humanos e não humanos) agindo em conjunto para trazer a existência uma versão da gastronomia. Isso envolve uma série de narrativas de mudança baseada na sustentabilidade onde os atores utilizam diferentes enquadramentos que dependem do lugar de ação. As redes estudadas são volúveis pois as

noções de sustentabilidade mobilizada pelos atores são constantemente reinterpretadas, devido o próprio caráter inovativo destas redes. Estas reinterpretações são fixas, e modificam-se de acordo com os momentos em que são empregadas: no restaurante, no Instagram ou na indústria, por exemplo.

Independente dos rumos futuros do sistema alimentar, a noção de sustentabilidade será um dos pilares de desenvolvimento que norteará, não somente as decisões políticas em torno da alimentação, mas também a orientação dos mercados alimentares. A crise ambiental expressa pela mudança climática, crise dos recursos hídricos e perda de biodiversidade, para citar apenas alguns exemplos, representam uma série de desafios que precisam ser enfrentados e que tem um impacto direto para pensar o futuro da alimentação. Neste sentido a gastronomia parece ser um pilar importante para pensar tais modificações. Ao longo da tese, nosso objetivo foi mostrar que transformações na forma de cozinhar, seja por restaurantes ou nas cozinhas caseiras, podem ter um grande impacto em questões como gerenciamento resíduos, melhor uso e aproveitamento dos ingredientes e recursos naturais, biodiversidade e novas cadeias agroalimentares sustentáveis.

Nossa escolha metodológica optou por seguir duas direções analíticas para problematizar a gastronomia sustentável, através do Instagram e das alianças dos chefs com a indústria. Contudo, também concluímos que existem múltiplos caminhos e múltiplas redes com potencial a ser explorado para a pesquisa futura e que podem elucidar estas novas dinâmicas de diferentes maneiras. A gastronomia e a culinária podem ser estudadas por muitos vieses, através de sua interface com a política, especialmente as micropolíticas do cotidiano, meio ambiente, gênero e educação. Essas direções apareceram em muitos momentos em nosso trabalho de campo, e sugerimos que elas são muito férteis para estudos socioantropológicos. Estes direcionamentos podem ser observados através de estudos sobre os novos esquemas de etiqueta culinária e ingredientes animados pela sustentabilidade, como caso das PANSCs e o caso dos “*forragers*”. Os chefs aparecem como atores com ampla influencia no consumo alimentar que apresentam um novo olhar para relacionar-se com os alimentos e que podem e devem ser melhores investigadas. Outro fenômeno interessante é o aparecimento de restaurantes em lugares remotos do globo, como Faviken e o Kooks (Ilhas Faroe), por exemplo, que trazem uma abordagem do “selvagem” para a gastronomia. Chefs atuando em esferas políticas e agências internacionais em defesa da comida, igualmente parece ser uma estratégia cada vez mais

comum de ação política entre estes atores e que merecem maior atenção. Acreditamos que estes resultados podem ser usados por tomadores de decisão e para elaboração de políticas alimentares mais eficientes no âmbito da alimentação e saúde.

Por fim, uma de nossas tarefas com esta tese, consistiu inscrever a importante área da gastronomia e culinária enquanto um campo de pesquisa promissor, colocando a cozinha como um espaço com grande potencial para trazer mudanças significativas no que diz respeito as transições para a sustentabilidade. Entretanto, queremos enfatizar que não existe uma direção única para pensar estas dinâmicas e igualmente é muito difícil prever os próximos passos dos atores e das redes.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ABPA. Associação Brasileira Proteína Animal. Mercado Mundial. Disponível em: <http://abpa-br.com.br/setores/avicultura/mercado-mundial>. Acesso em janeiro de 2015.

ADRIA, F. Modern gastronomy: A to Z. New York: CRC Press, 2009.

AGRIKULTUR. Disponível em: [www.agrikultur.se](http://www.agrikultur.se). Acesso em 02 de fevereiro 2018.

ALBALA, K. Food in the digital age. Disponível em: <http://www.estudosdoconsumo.com.br/sobre-a-palestra-food-in-the-digital-age-no-viii-enec/>. Acesso em: 30 novembro 2016.

ALONSO, A. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. Lua Nova, São Paulo, v.76, 2009. 49-86

APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor In: APPADURAI, A. (org). A vida social das coisas. Niterói: EDUFF, 2008.

\_\_\_\_\_. How to make a national cuisine: cookbooks in contemporary India. Comparative Studies in Society and History, v.30 I, 1988. 3-24.

\_\_\_\_\_. Gastro-politics in hindu south Asia. *American Ethnologist*, v. 8, n.3, 1981.

ARIZPE, A. Time Goods of food. *Jornal The New York Times*, 11 de julho 2013. Disponível em: <http://time100.time.com/2013/11/07/coming-to-you-from-a-restaurant-far-away/>. Acesso em 07 de dezembro 2016.

ATALA, A.; DÓRIA, C. A.. Com unhas, dentes & cuca: prática culinária e papo cabeça ao alcance de todos. São Paulo: Senac, 2008. 352 p.

AVELINO, F.; GRIN, J. BONNO, P. SHIVANT, J.: The politics of sustainability transitions. *Journal of Environmental Policy & Planning*, v.18, n.5, 2016. 557-567.

BARBER, D. O Terceiro Prato: Observações sobre o futuro da comida. Rio de Janeiro: Bicicleta Amarela, 2015. 478 p.

BARBOSA, L. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Jane K. (Org.). *Juventude, consumo e educação 2*. Porto Alegre: ESPM, 2009. 15-64.

BEARDSWORTH, A; KEIL, T. *Sociology on the Menu: An invitation to the Study of Food and Society*. New Fetter Lane: Routledge, 1997.

BECK, U. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. Tradução de Sebastião Nascimento. São Paulo: Ed. 34, 2010. 368 p.

BERRY, W. *Conserving communities in the case against the global economy: And for a turn toward the local*, ed. J. Manderande. Goldsmith, 407-417. San Francisco, CA: Sierra Club Books, 1996.

BESSA, R.M.R. A voz do outro no discurso pós-revolução francesa em *L'art de la cuisine française au xix siècle* *Revista Lettres Françaises*, v.2, n.16, 2015.

BOURDIEU, P *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press: Cambridge, 2006.

\_\_\_\_\_. The forms of capital. In Granovetter, M. Swedberg, R. (eds). *The Sociology of Economic Life*. West view. Press. Boulder, 2002. p. 96-111.

\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1998.

\_\_\_\_\_. *La distinction*. Paris: Éditions Gallimard, 1979.

BOWMAN, P. STEWART, B.D. Celebrity chefs and the sustainable seafood movement: Smokescreen or a dish to savour. *Marine Ecosystem Management Report no. 4*, University of York, 2013. 11 p.

BRAZILIAN CHICKEN. Disponível em: <http://www.brazilianchicken.com.br/en>. Acesso em 20 de abril 2018.

BRILLAT-SAVARIN, J.A. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

BUENO, M. L. Da gastronomia francesa à gastronomia global: hibridismos e identidades inventadas. *Cad. CRH [online]*. 2016, vol.29, n.78, pp.443-462.

CALLON, M. The Sociology of an Actor-Network: The Case of the Electric Vehicle. In: Callon M., Law J., Rip A. (eds) *Mapping the Dynamics of Science and Technology*. London: Palgrave Macmillan, 1986.

CALLON, M. Actor-Network Theory – the market test. In: LAW, J.; HASSARD, J. (eds). *Actor Network Theory and After*. Oxford: Blackwell Publishers, 1999.

CALLON, M. The role of hybrid communities and socio-technical arrangements in the participatory design. *Journal of the Center for Informations Studies* v. 5, n.3, 2004.

CAMPANELLA, B. Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios: Entrevista com Christine Hine. *Revista Matrizes*, v.9, n.2 jul./dez. 2015.167-173.

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

CASSOL, A. P. ; SCHNEIDER, S. *Produção e Consumo de Alimentos: Novas Redes e Atores*. *Lua Nova*, v. 5, 2015. 143-177.

CERTEAU, M. de. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press, 1984.

COLLAÇO, J.H.L. *Gastronomia: a trajetória de uma construção recente*. *Revista Habitus*, Goiania, v.11, n.2, 2013.203-222

COOK FOR SYRIA. Disponível em: [www. cookforsyria.com](http://www.cookforsyria.com). Acesso em 10 de junho 2018.

COOK IT RAW. Disponível em: <http://www.cookitraw.org>. Acesso em 10 de julho 2017.

COSTA, L. de S.; GARCIA, L. A.F; BRENE, P. R. A. *Panorama do setor de frango de corte no Brasil e a participação da indústria avícola paranaense no complexo dado seu alto grau de competitividade*. Anais do Simpósio Internacional de Gestão de projetos, Inovação e Sustentabilidade – São Paulo: Uninove, 2015

DAVID, M.L. *Certificação de alimentos e práticas científicas: o caso da Sociedade Brasileira de Cardiologia*. Tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina. 2016.

DAY, R. J. F. *From Hegemony to Affinity*. *Cultural Studies*, v.18, n.5, 2004. 716–748.

DECLARAÇÃO DE LIMA. *Carta Abierta a los cocineros de mañana: la Cocina y el Cocinero en el Futuro de la Alimentación*. Lima, Peru, 2011.

DeSOUCEY, M. Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union. *American Sociological Review*, v.75, n.3, 2010. 432-455.

DICIONÁRIO OXFORD ADVANCED LEARNER'S DICTIONARY. Oxford: Oxford University Press, 1990.

DÓRIA, C. A. *Culinária Materialista: Construção Racional do Alimento e do Prazer Gastronômico*. São Paulo: Senac, 2009.

DÓRIA, C. A. *Estrelas no céu da boca*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

DROUARD, A. Chefs, Gourmets and Gourmands: French Cuisine in the 19th and 20th. In: Freedman, P. (ed.), *Food: The History of Taste*, London. Thames and Hudson..

DUTCH CUISINE. Disponível em: [www.dutch-cuisine.nl](http://www.dutch-cuisine.nl). Acesso em 12 de dezembro 2017.

EAT WITH. Disponível em: [www.eatwith.com](http://www.eatwith.com). Acesso em 06 de janeiro 2018.

ELIZABETH ON FOOD. Disponível em: [www.elizabethonfood.com/content/1484/2/F%26auml%3Bviken\\_Magasinet\\_in\\_J%26auml%3Brpen%2C\\_Sweden.html](http://www.elizabethonfood.com/content/1484/2/F%26auml%3Bviken_Magasinet_in_J%26auml%3Brpen%2C_Sweden.html). Acesso em 03 de abril 2018.

ELZEN, B., GEELS, F.W., GREEN, K., (Eds.). *System Innovation and the Transition to Sustainability: Theory, Evidence and Policy*. Edward Elgar: Cheltenham, 2004.

ESCOFFIER, A. *A Guide to Modern Cookery*. London: William Heinemann, 1907. Retrieved 7 December 2013.

FERGUSON, P. P. A cultural field in the making: gastronomy in 19th Century France. *American Journal of Sociology*, v. 104, n. 3, 1998.597-641.

FISCHLER, C. A “McDonaldização” dos Costumes. In: Flandrin, J. L.; Montanari, M. História da alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 2007.

FISCHLER, C. Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de La alimentación moderna. *Gazeta de Antropología*, v. 26, n 1, 2010.1-19

FISCHLER, C. El (h) omnívoro, el gusto, la cocina y el. Barcelona: Anagrama, 1995.

GAULT, H; MILLAU, C. Guide gourmand de la France Gault et Millau. (1970). Avec la collaboration de Nicole et Jean-Luc Rudder. 1970. Reliure toile de l'éditeur. 1113 pp. (Guia turístico e culinário).

GEELS, F W. The Multi-Level Perspective on Sustainability Transitions: Responses to Seven Criticisms. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. v.1, n.1, 2011. 24–40.

GEELS, F W. Ontologies, socio-technical transitions (to sustainability), and the multi-level perspective. *Research Policy*, v. 39,2010.495–510

GEELS, F.W. et al. The enactment of socio-technical transition pathways: A reformulated typology and a comparative multi-level analysis of the German and UK low-carbon electricity transitions (1990–2014). *Research Policy*, v.45, 2016. 896–913.

GELB, D. Chef's Table: Grant Achatz. 2016. Boardwalk Pictures, City Room Creative.

GIDDENS, A. As consequências da Modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1990. 177 p.

GOLDENBERG, M. Cultura e gastro-anomia: psicopatologia da alimentação cotidiana. Entrevista com Claude Fischler. *Horizontes Antropológicos*, v.17, n.36, 2011.235-56.

GOODMAN, D.; DUPUIS, E. M.; GOODMAN, M. K. *Alternative Food Networks: Knowledge, practice, and politics*. New York: Routledge, 2012. 298 p.

GORDINIER, J. René Redzepi Plans to Close Noma and Reopen It as an Urban Farm. *The New York Times*, 14 de setembro de 2015. Disponível em: [http://www.nytimes.com/2015/09/16/dining/noma-rene-redzepi-urban-farm.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/09/16/dining/noma-rene-redzepi-urban-farm.html?_r=0). Acesso em: 20 de setembro de 2015.

GUIVANT, J. O legado de Beck. *Ambiente & Sociedade*, v.XIX, n. 1, 2016. 229-240

\_\_\_\_\_. O controle do mercado através da eco-eficiência e do eco-consumo: uma análise a partir dos supermercados. *Política & Sociedade*, v. 8, 2009. 173-178.

\_\_\_\_\_. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente e Sociedade (Campinas)*, Campinas, Unicamp, v. VI, n.2, 2003. 63-82.

\_\_\_\_\_. Conflitos e Negociações Nas Políticas de Controle Ambiental: O Caso da Suinocultura. *Ambiente e Sociedade*, v. 1, n. 2, 1998.101-123.

GUIVANT, J.; SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (Org.). *Novas práticas alimentares no mercado global*. Florianópolis: Ed. da Ufsc, 2010.

HEUTS, F.; MOL, A. What Is a Good Tomato? A Case of Valuing in Practice. *Valuation Studies*, v.1,n.2, 2013. 125–146.

HINE, C. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury, 2015.

\_\_\_\_\_. (ed.). *Virtual methods: issues in social research on the internet*. New York: Berg, 2005.

\_\_\_\_\_. *Virtual ethnography*. London: Sage, 2000.

HORST, H.A.; MILLER, D. (eds). *Digital Anthropology*. London: Berg, 2012.

HUBNER, A. Risco global da gripe aviária: uma análise sociológica das medidas preventivas em Santa Catarina (Brasil). Dissertação de mestrado no Programa de Pós Graduação em Sociologia Política na Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

INSTITUTO ATA. Disponível em: [www.institutoata.org.br](http://www.institutoata.org.br). Acesso em 15 outubro 2017.

JAMIE OLIVER FOUNDATION. 2018. Disponível em: [www.jamiesfoodrevolution.com](http://www.jamiesfoodrevolution.com). Acesso em 15 de abril de 2018.

JOHNSTON, J; GOODMAN. Spectacular Foodscapes: Food Celebrities and the Politics of Lifestyle Mediation in an Age of Inequality: Editorial Introduction to a special issue on food and celebrity culture in *Food, Culture and Society*, v. 18, n. 2, 2015.

KARPIK, L. Valuing the Unique: The Economics of Singularities. Princeton University Press, 2010.

KELLY, I. Carême: cozinheiro dos reis. São Paulo: Editora Zahar. 2005.

KÖHLER, J. et al. Modelling Sustainability Transitions: An assessment of approaches and challenges, *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, v.21, n.1, 2018.

KOPYTOFF, I. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. A vida social das coisas. Niterói: EDUFF, 2008.

LATOUR, B, JENSEN, P, VENTURINI, T, GRAUWIN, S, BOULLIER, D. The Whole is always smaller than its parts. *British Journal of Sociology*, v.63,n.4, 2012.

LATOUR, B. An Inquiry Into Modes of Existence: An Anthropology of the Moderns. Cambridge/ Londres: Harvard University Press, 2013.

\_\_\_\_\_. Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo: Ed. UNESP, 2000.

\_\_\_\_\_. Reagregando o Social. Salvador: Edufba, 2012. 400 p.

LATOUR, B.; WOOLGAR, S. A Vida de Laboratório: A produção dos fatos científicos. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LAW, J. The role of hybrid communities and socio-technical arrangements in the participatory design. *Journal of the center for information studies.*, v.5, n.3,2004.

LAW, J. Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy and Heterogeneity. *Systems Practice*, v. 5, n.3, 1992. 379-395.

LEITÃO, D.K. GOMES, L.G. Estar e não estar lá, eis a questão: pesquisa etnográfica no Second Life. *Cronos: Revista de Pós-Graduação em Ciências. Sociais*, v. 12, n.1, 2011 25-40.

LÉVI-STRAUSS, C. *Mitológicas I - O cru e o cozido*, tr. Beatriz Perrone Moisés, Rio de Janeiro: Cosac e Naify, 2004, 446 p.

LEWIS, T., HUBER, A. A Revolution in an Eggcup?. *Food, Culture & Society*, v.18, n.2, 2015. 289-307.

MALINI, F. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXV Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 7 a 10 de junho de 2016.

MANSFIELD, B. Fish, factory trawlers, and imitation crab: the nature of quality in the seafood industry. *Journal of Rural Studies*, v. 19, n. 1, 2003, pp. 9–21.

MASON, P.; LANG, T. *Diets: How Ecological Nutrition Can Transform Consumption and the Food System*. New York: Taylor & Francis, 2017. 354p.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: COSAC NAIFY, 2003.

MEAT FREE MONDAY. Disponível em: [www.meatfreemondays.com](http://www.meatfreemondays.com). Acesso em 01 de junho 2018.

MENEGUETTI, F. "Como aquela comida vegana foi produzida?", diz Alex Atala. Revista Época Negócios 11 de abril 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2018/04/como-aquela-comidavegana-foi-produzida-pergunta-alex-atala.html>. Acesso em 15 de maio 2018.

MENNELL, S. All Manners of Food. Oxford: Blackwell., 1985.

MICHELAN GUIDE SINGAPURE. Disponível em: [www.guide.michelin.com/sg](http://www.guide.michelin.com/sg). Acesso em 10 de março 2017.

MILLER, D. Consumo como cultura material. Horizontes Antropológicos. v.13, n. 28, 2007. 33-63.

MINAYO, M. C. S. (org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Editora Vozes: Petrópolis, Rio de Janeiro, 2010.

MINTZ, S; DU BOIS, C.M. The anthropology of food and eating. Annual Reviews of Anthropology, v. 31, 2002. 99-117.

MINTZ, Sidney. Sweetness and Power: The place of sugar in modern history. New York: Penguin Books, 1985.

MISKOLCI, R. Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade. Contemporânea Revista de Sociologia da UFSCar, v. 6, n. 2, 2016. 275-297.

MOL, A. Mind your plate! The ontologies of Dutch dieting. Social Studies of Science, v. 43, n. 3, 2012.379–396.

\_\_\_\_\_. Actor-Network Theory: sensitive terms and enduring tensions. Kölner Zeitschrift Für Soziologie Und Sozial psychologie, Köln, v. 1, n. 50, 2010. 253-269.

\_\_\_\_\_. The Body Multiple: ontology in medical practice. Durham: Duke University Press, 2002.

\_\_\_\_\_. Ontological politics. A word and some questions. In J. Law & J. Hassard (Eds.), *Actor network theory and after*. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 1999.

NASCIMENTO, M. A. As práticas alimentares na sociedade globalizada: o caso do movimento Slow Food. Tese de doutorado. Programa de Pós Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas. Universidade Federal de Santa Catarina. 2014.

NELSON, P.; BECKIE, M.; KROGMAN, N.T. The “Locavore” Chef in Alberta: A Situated Social Practice Analysis, *Food, Culture & Society*, v.20, n.3, 2017. 503-524.

NESTLE, M. *Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. Berkley, Los Angeles, London. University of California Press, 2002.

OCDE/FAO – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento- Organização das nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. *Agricultura Outlook 2012-2021*. 2012. Disponível em: [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/agriculture-and-food/oecd-faoagricultural-outlook2012\\_agr\\_outlook-2012-en#page167](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/agriculture-and-food/oecd-faoagricultural-outlook2012_agr_outlook-2012-en#page167). Acesso em 14 de Maio de 2014

OOSTERVEER, P. SPAARGAREN, G *Green consumption practices and emerging sustainable foods regimes: the role of consumers*: SPAARGAREN, G.; OOSTERVEER, P.; LOEBER, A. (eds.). *Food Practices in Transition: Changing Food Consumption, Retail and Production in the Age of Reflexive Modernity*. Nova York/Londres: Routledge, 2012.

OOSTERVEER, P.; SONNENFELD, D. A. *Food, Globalization and Sustainability*. London: Routledge, 2012. 282 p.

PETRINI, C.; PADOVANI, G. (2005) *Slow Food revolution: Da Arcigola a Terra Madre. Una nuova cultura del cibo e della vita*. Milan, Italy: Rizzoli.

PETRINI, Carlo. *Slow Food: Princípios de uma nova gastronomia*. São Paulo: Editora Senac, 2009. 245 p.

PINHEIRO-MACHADO, R. Comunidade e compartilhamento: o espectro do comunismo ronda a humanidade. Revista Carta Capital, 31 de junho de 2015. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/comunidade-e-compartilhamento-o-espectro-do-comunismo-ronda-a-humanidade-9449.html>. Acesso em 15 de junho de 2017.

POLLAN, M. Cozinhar: uma história natural da transformação. Rio de Janeiro - Intrínseca, 2014.

POMBO, O. Interdisciplinaridade: Ambições e Limites, Lisboa: Relógio d'Água, 2004, 203 pp.

PORTILHO, F; CASTAÑEDA, M; CASTRO, I. R. R.A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. Ciência & Saúde Coletiva, v.16, n.1, 2011.99-106.

POULAIN, J.P. The sociology of gastronomic decolonization. In: Shanta Nair-Venugopal, 2011. The Gaze of the west: Framings of the East, Palgrave Macmillan. Rio de Janeiro.: Cosac e Naify, 2004, 446pp.

RECKWITZ, A. Toward a Theory of Social Practices: a development in culturalist theorizing. European Journal of Social Theory , v.5, n.2, 2002. 243-263.

RESTAURANTE INSTOCK. Disponível em : [www.instock.nl/en/](http://www.instock.nl/en/). Acesso em 12 de dezembro 2018.

RICHEY, L. A.; PONTE S. Better (Red)TM than Dead. Celebrities, consumption and international aid.. Third World Quarterly, v. 29, n. 4, 2008. 711 – 729.

RICHEY, L. A.; PONTE S. Brand Aid: Shopping Well to Save the World. Minneapolis:University of Minnesota Press, 2011.

RIFIOTIS, T.et al. Antropologia no ciberespaço. Florianópolis: Edufsc, 2010.

RITZER, G. *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1993.

ROW 7 SEEDS. Disponível em: [www.row7seeds.com/pages/our-story](http://www.row7seeds.com/pages/our-story). Acesso em 05 de junho de 2018.

RYZIK, M. *The Anti-Restaurant*. New York Times. Agosto de 2008. <https://www.nytimes.com/2008/08/27/dining/27boar.html>. Acesso em 12 de janeiro de 2017.

SAHLINS, M. O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um ‘objeto’ em via de extinção. *Mana - Estudos de Antropologia Social do Museu Nacional*, v. 3, n. 1 e 2, 1997.

SHATZKI, T. Introduction: Practice Theory. In: SCHATZKI, T.; KNORR CETINA, K.; VON SAVIGNY, E. (eds). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. Londres/ Nova York: Routledge, 2001.

SHOVE, E. On “The Design of Everyday Life”. *Tecnociencia*, v.5,n.2, 2014.

SHOVE, E. The shadowy side of innovation: unmaking and sustainability, *Technology Analysis & Strategic Management*,v.24, n.4, 2012. 363-375.

SHOVE, E. SPURLING, N. (Eds). *Sustainable Practices: Social theory and climate change*, London: Routledge, 2013.

SHOVE, E. Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal Of Consumer Culture*, v. 5, n. 1, 2005. 43-64.

SHOVE, E.; PANTZAR, M.; WATSON, M. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes*. London: Sage Publications Ltd, 2012. 208 p.

SOCIEDADE PERUANA DE GASTRONOMIA. Disponível em: [www.apega.pe](http://www.apega.pe). Acesso em 20 maio de 2018.

SOLIER, I. Liquid nitrogen pistachios: Molecular gastronomy, elBulli and foodies. *European Journal of Cultural Studies*, v. 13. n. 2, 2010. 155-170.

SOLIER, I. *Food and the Self: Consumption, Production and Material Culture*. London: Bloomsbury, 2013. 224 p.

SPAARGAREN, G., MARTENS, S.; BECKERS, T.A.M. Sustainable technologies and everyday life. In: P.P. Verbeek & A. Slob (eds). *User behaviour and Technology Development: shaping sustainable relations between consumers and technologies*. Dordrecht: Springer, 2006.

SPAARGAREN, G.; MOL, A.P.J. Sociology, environment, and modernity: Ecological modernization as a theory of social change. *Society & natural resources*, v.5, n.4, 1992. 323-344.

SPAARGAREN, G.; OOSTERVEER, P.; LOEBER, A. (eds.). *Food Practices in Transition: Changing Food Consumption, Retail and Production in the Age of Reflexive Modernity*. Nova York/Londres: Routledge, 2012.

STAENLES, S. Por que esta chef rejeitou a estrela Michelin. *Revista Vice Brasil*. Disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/3ddza3/karen-keygnaert-rejeitou-estrela-michelin](https://www.vice.com/pt_br/article/3ddza3/karen-keygnaert-rejeitou-estrela-michelin). Acesso em 04 de março de 2018.

STANCIUS, S. Horse Meat Consumption - Between Scandal and Reality. *Procedia Economics and Finance*, v.23, 2015. 697 703.

STEINBERGER, M. *Adeus aos escargots: ascensão e queda da culinária francesa*. Editora Zahar. Rio de Janeiro, 2009.

SUSTAINABLE RESTAURANT ASSOCIATION. Disponível em: [www.thesra.org](http://www.thesra.org). Acesso em 12 de julho 2017.

SVATEK, P. *Teatro da Vida*. 2016. Triplex Films / National Film Board of Canada (NFB).

THE HARTMAN GROUP, INC. *Clicks, Licks & Cravings: The Impact of Social Technology on Food Culture*, 2012.

THE HARTMAN GROUP, INC. Diners' Changing Behaviors: Sustainability, Wellness and Where to Eat 2014, 2015. Disponível em: <https://www.hartman-group.com/acumenPdfs/sustainable-food-options-2015-12-10.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2018.

THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANT. Disponível em: [www.theworlds50best.com](http://www.theworlds50best.com). Acesso em 10 de agosto de 2017.

TILMAN, D. et al. Global food demand and the sustainable intensification of agriculture. *Proceedings of the national academy of sciences*, v. 108, n. 50, 2011.

TONNER, A. Celebrity chefs as brand and their cookbooks as marketing communication. In: *Academy of Marketing Conference*, Aarbeden, UK, 2008.

VAN DIJKE, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York, NY: Oxford University Press. 2013, 240 pp.

VIEIRA, E. S.S de. DEFESA AGROPECUÁRIA E INSPEÇÃO DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL: uma breve reflexão sobre a Operação Carne Fraca e possíveis lcontribuições ao aprimoramento dos instrumentos normativos aplicáveis ao setor. *Textos para Discussão Núcleo de Estudos e Pesquisas da Consultoria Legislativa*. 2017

VIVEIROS DE CASTRO, E. "Who is Afraid of the Ontological Wolf? Some Comments on an Ongoing Anthropological Debate. *Cambridge Anthropology*, v.33 n.1. 2015

WARD, P.; COVENEY, J.; HENDERSON, J.. Editorial: A sociology of food and eating. *Journal Of Sociology*, v. 46, n. 4,2010. 347-351.

WARDE, A. *Consumption and Theories of Practice*. *Journal Of Consumer Culture*, London, v. 5, n. 2, 2005. 131-153,

WARDE, A. *The practice of eating*. Cambridge: Polity Press, 2016.

WARDE, A; MARTENS, L. *Eating out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2000, 243 p.

WARDE, A. Food studies and the integration of multiple methods. *Política y Sociedad*, v.51 n. 1, 2014. 51-72.

WEBER, M. *Ensaio de sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

WEELS, P. The new Noma: Frequently asked questions. *Jornal The New York Times* de 24 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/04/24/dining/noma-restaurant-copenhagen.html>. Acesso em 26 de abril 2018.

WHYTE, W.F. *Sociedade de esquina*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005 [1943], 390pp.

WISKERKE, J.S.C., VAN DER PLOEG, J.D.,. *Seeds of Transition: Essays on Novelty Production, Niches and Regimes in Agriculture*. Assen:Van Gorcum, 2004.

WOOLGAR, S.; LEZAUN, J. The wrong bin bag: A turn to ontology in science and technology studies. *Social Studies of Science*, v. 43, n. 3, 2013. 321–340.

WRANGHAM, R. W. *Pegando fogo: Por que cozinhar nos tornou humanos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2010.

ZANETTI, T.B. *Cozinha de raiz: as relações entre chefs, produtores e consumidores a partir do uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea*. Tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2017.

## APÊNDICE A – Roteiro de Entrevistas

### Guide questions

#### 1st Block – Individual approach

##### About the Cuisine

- 1)How would you define your type of cuisine?
- 2)How does the creative process of elaborating your dishes take place?
- 3)How do you choose the ingredients? What are the criteria?
- 4)What means sustainability for you? How it influence your profession today?

#### 2nd Block – The restaurant approach

##### The role of restaurants and chefs autonomy (pop up restaurants )

- 1)What about the new dining scene? The explosion of restaurants with different cuisines? Like Nordic Cuisine, for example?
- 2)What do you think about the ingredients trends consumption driven by restaurants? Icelandic Yogurt used by Noma or the success of kale in New York because Blue Hill, for example?
- 3)In the past, the role of chefs were just cooking inside their kitchens. What role does the chefs play today?
- 4)Does the chef need a restaurant nowadays? What is your opinion about the pop-ups restaurants trendy?
- 5)What are the big changes of contemporary gastronomy (since the nouvelle cuisine)?
- 6)How chefs are using the ideas of tradition to build new types of cuisine?

#### 3rd Block - Foodies approach

##### About public influence/ Social medias

- 1)How do you see the rise of chefs as digital influencers?
- 2)How do you think this communication should be done? What the responsibilities of chefs in influence consumers behaviours?
- 3)Which kind of online resources are you using as a chef?
- 4)Do you usually post information related with sustainability in your social medias?
- 5)What is the importance of social medias/internet in the contemporary gastronomy?

#### 4th Block – Structure approach

##### Political Gastronomy? Engaged cuisine?

- 1) Why are chefs joining in political groups linked to food? And why do they need manifestos? New Nordic Cuisine, Farm to Table , Slow Food for example?
- 2) Sustainable restaurants are a trend or they are the new mainstream for chefs?
- 3) What is the role of chefs in food supply chains? Do they can make any change?
- 4) Do chefs have any role in a public change in themes like: nutritional challenges, supply and waste, sustainable intensification, water stressing and meat consumption ?? In other words, how expensive tasting menus could be a part of the solution?

#### 5th Block - Industry approach Chefs and Food Industry

- 1) Is it possible to have a dialogue between the interest of chefs and the food industry?
- 2) What do you think about the implications of these associations between sustainable practices of chefs and the food industry?
- 3) What do you think about the chefs sign frozen food in large scale? Jamie Oliver in Brazil for example?
- 4) Do you think that lend the chef's names for products in the supermarket may improve the quality of frozen food?
- 5) This could be a democratization of gourmet food for food industry?
- 6) Do you think different way to cook it's part of change for a more sustainable scenario for food markets?
- 7) Do you want to make a change with your cuisine?

## Questionário para a indústria

- 1) Por que a Sadia escolheu o Jamie Oliver para desenvolver uma linha conjunta de pratos?
- 2) Nesta interação com o chef, houve necessidade de ajuste da cadeia produtiva de frangos? Quais?
- 3) Os produtos da Linha Prontos para Cozinhar com Jamie Oliver são produzidos com frangos de granjas específicas e certificadas. Há interesse da empresa em estender estes padrões para as demais linhas de produtos? Ao analisar embalagens de pratos à base de frango da Sadia nos 3 últimos anos, notei uma evolução na descrição dos pratos. Em 2014 os pratos eram descritos como “refeição pronta” no ano seguinte “congelados após preparo” e recentemente “pratos para cozinhar”. Como a Sadia percebeu a importância de mudar a estratégia de aproximação com consumidores amparados pela ideia de cozinhar?
- 4) Qual a responsabilidade da indústria de alimentos com relação a sustentabilidade?
- 5) Como os interesses de chefs e da indústria de alimentos podem ser relacionados, levando em conta universos tão distintos? Em outras palavras, como relacionar a comida preparada por chefs em restaurantes renomados e comida congelada?
- 6) Como a Sadia avalia a repercussão desta linha de pratos com Jamie Oliver? Houve impacto significativo nas vendas?
- 7) Quanto tempo a parceria com Jamie Oliver e há interesse na companhia em manter o contrato?
- 8) A parceria com o chef foi afetada após a recente crise relacionada a produção de proteínas Brasil?

