

4 Descrição e análise dos resultados

Neste capítulo, serão apresentadas a descrição e análise das entrevistas em profundidade realizadas e do evento gastronômico, bem como complementos obtidos por meio de observações participantes feitas durante as entrevistas e o evento gastronômico promovido por um dos informantes. Para facilitar a compreensão, este capítulo foi dividido em seis tópicos:

- O primeiro tópico aborda características compartilhadas entre os informantes: sociabilidade, nível sócio-cultural, influência da origem familiar. Ao final, é comentada a presença do sexo masculino na gastronomia.
- O segundo tópico aborda a relação do informante com a gastronomia: como e quando surgiu o interesse, suas lembranças marcantes, como definem um gourmet e as pessoas que se interessam pela gastronomia, o que elas tem em comum e os significados de comida.
- O terceiro tópico analisa o ritual do ato de cozinhar para outras pessoas e as preocupações, emoções e motivações dos gourmets por trás disso, além das múltiplas experiências que a gastronomia lhes proporciona.
- O quarto tópico descreve a visão dos informantes acerca da existência ou não de moda, modismo, consumismo em torno da gastronomia, suas causas, conseqüências e críticas.
- O quinto tópico identifica produtos e serviços que apresentam valor de ligação entre os gourmets que cozinham, locais de compra, hábitos, o conceito de “cozinha de quem cozinha bem”, assim como símbolos de inclusão/exclusão de indivíduos desta comunidade.
- O último tópico sintetiza a análise dos resultados, ou seja, apresenta um confronto entre os dados colhidos nas entrevistas e os elementos propostos pela revisão da literatura.

4.1.

Características compartilhadas: sociabilidade, nível sócio-cultural e origem familiar

Foi possível observar que os entrevistados – de faixas etárias entre 30 e 70 anos - são pessoas sociáveis, ou seja, que gostam de estar na presença dos amigos e familiares e dão importância à vida social. Além disso, parecem ser pessoas bem informadas, dotadas de alto nível cultural e realizadas na profissão. Este aspecto foi não somente observado no perfil dos entrevistados, como também informado por alguns profissionais do segmento gastronômico:

“Normalmente, quem sai para jantar fora possui um padrão mais elevado. Mas ainda assim não se pode dizer que é um interesse de pessoas de alto padrão de vida, cada vez mais gente tem interesse”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia).

“Comer é com pessoas mais velhas, que já tem uma profissão, já tem uma carreira, uma estabilidade. O nosso público é muito assim, acima de 35 anos, até 50 anos. Geralmente é uma pessoa que já tem uma carreira, uma estabilidade, família já...” (Marcelo, empresário)

“Em geral, os amigos são pessoas que tem *finesse*, tem *savoir faire* pra essas coisas (apreciar gastronomia). (...) Gente mais ligada ao mundo das artes do que da engenharia. Agora tem um físico incorporado (ao seu grupo). Tem tudo: arquiteto, físico, tem tudo”. (Flávio, engenheiro)

Isto indica a busca e identificação dos membros das tribos por indivíduos que compartilham do mesmo estilo de vida, do mesmo padrão de consumo (Cova, 1996, 1997, 2001; Cova e Cova, 2002) – neste caso, um “estilo de ser gourmet”, “s sofisticado”, “bem-sucedido”. De acordo com Heck (2004), gourmet é associado a status e classe social elevada.

Outro ponto interessante é a incidência de nacionalidades do informante ou de seus parentes de regiões com fortes tradições culinárias, em especial européias e árabes. Dentro da nacionalidade, foi mencionada a naturalidade mineira. Isto parece muito vivo na memória dos informantes e muitas vezes é apontado por eles como a origem do gosto pela culinária:

“A Europa tem uma cultura gastronômica muito mais forte. Vive-se aquilo desde a barriga da mãe. Quando você nasce, aquilo se aperfeiçoa. Querendo ou não, você está em um mundo gastronômico”. (Giuseppe, italiano, *chef* de cozinha)

“Entrei na gastronomia porque meu avô, francês, tinha uma padaria em Campos, a padaria Bignon, seu primeiro sobrenome”. (Flávio, engenheiro)

“Meus avós eram mineiros com ascendência espanhola, então desde pequena sou envolvida em culinária”. (Adriana, arquiteta)

“Faço coisas italianas de família, que via fazer em casa, cozinha italiana básica, não invento nada”. (Italo, italiano, correspondente internacional)

“Vovó, Antonina, italiana, era uma excelente cozinheira, mãe do meu pai. (...) A minha avó, mãe da minha mãe, não era uma boa cozinheira, mas ela tinha uma irmã solteirona que morava com ela que era viúva, que era a matriarca da família e cozinhou muito bem, comida italiana também. A avó do meu pai era do Sul da Itália, aquela comida italiana mais pesada, mais vermelha... A minha tia-avó, que era essa Giulia, ela era de Roma, então era uma massa mais leve que ela fazia. Eu confesso pra você que o molho do Sul me agradava mais. Isso foi que me despertou em termos de gastronomia”. (Mario, aposentado)

“A minha primeira lembrança gastronômica foi um bacalhau com avó, acho que isso marcou muito. Ela me ensinou a gostar de comer e me ensinou a gostar de bacalhau, e foi uma coisa que por muito tempo, dava um grande orgulho do lado dela, que é filha de portugueses”. (Rafael, cineasta)

“Tenho sangue árabe, português e espanhol, então vem de todos os lados essa questão da comida, porque acho que eles são fartos, tem boas comidas. (...) Tem toda aquela coisa do ancestral, os ancestrais falam todos muito alto pra mim...” (Vera, psico-pedagoga)

“Aqui no Brasil, a minha família por parte de pai era árabe, gosta de comer muito, a coisa da fartura. Tabule é maravilhoso e super fácil, eu adoro comida árabe”. (Cristiane, consultora de marketing)

Comecei por minha conta, mas o fato de ser de família italiana sempre foi um incentivo “para eu continuar, achava legal dizerem que italiano gosta de cozinha e que por isso eu devia cozinhar”. (Cláudia, administradora)

Estes resultados estão em linha com o fato da cozinha brasileira ter sido fortemente influenciada pelas cozinhas árabe e européia - principalmente italiana e portuguesa (Cabral de Mello, 2000, apud Casotti, 2002). Além disso, de acordo com Heck (2004), fatores como turismo e imigração contribuem para com a globalização dos hábitos alimentares, fenômeno que foi identificado nos hábitos de diversos informantes.

Por último, a pesquisa contou com informantes de ambos os sexos e em seus relatos, diversos informantes citaram outros amigos do sexo masculino também gourmets. Bell e Valentine (1997, apud Casotti, 2002) sugerem que homens na cozinha possuem um certo status social, enquanto Casotti (2002) identificou uma tendência de homens na cozinha por *hobby* durante ocasiões especiais, o que também foi identificado na coleta de dados do presente estudo.

4.2.

A relação dos gourmets entrevistados com a gastronomia

Alguns entrevistados demonstraram uma relação com a gastronomia baseada em lembranças familiares positivas, ocorridas durante a infância. Desta forma, o prazer pela gastronomia aparece diretamente associado a sentimentos como afeto, amor, carinho e recordações de família reunida, avó, “férias na fazenda”. Nestes casos, tais depoimentos sugerem que o interesse foi despertado já na infância ou adolescência pelo contexto familiar:

“Aos 12 anos, fazia almoços em casa para a família, e via minha avó e mãe cozinharem”. (Julia, professora de gastronomia)

“Aos 8 anos, eu já tinha interesse, meu pai e avô cozinhavam, viviam em volta da cozinha. Na minha casa tinha o jantar das 7 da noite e o das 11. Às 7, era o jantar das crianças. Às 11, era o prato legal. Eles também chamavam a gente, quem quisesse provar um pouquinho”. (Flávio, engenheiro)

“Meus primos ficavam todos na cozinha ajudando a minha avó a fazer as comidas típicas, os doces. Comida sempre foi um ritual na minha família, começava já de manhã. Minha primeira lembrança gastronômica é com meus primos, ajudando minha avó a preparar um típico doce mineiro”. (Adriana, arquiteta)

“... Então eu apreciava muito ir para a casa da minha avó. Todo domingo era almoço na casa da “nona”, a gente ia...” (Mario, aposentado)

“... Desde pequeno, estava sempre com ela (empregada que chama de “sua segunda mãe”) fazendo bolo, mas eu era cliente (risos). Cocada, ajudava ela a fazer o bolo, segurava a bacia, ela pedia pra ajudar...” (Leandro, analista de sistemas)

“Minha avó gorda, quando eu chegava, ela fazia um bolo de banana enquanto conversava. E eu achava o auge do carinho, porque ela me viu, fazer um bolo de banana. (...) Fui criada com vinho português, meu avô adorava, tinha aqueles cálices... E a gente morava junto, e tudo o mais, então tem toda uma marca assim profunda, e simpática, da mãe, de avô, de avó. (...) Sempre gostei de cozinha, desde criança sempre fui fascinada pelo movimento da cozinha, ia no supermercado com minha mãe, depois ia à feira, desde 8, 10 anos, já tinha esse fascínio. Minha mãe cozinhava muito bem, e na minha casa, a afetividade que o pessoa tinha pela comida. Era aquela coisa doce, de carinho, ganhava chocolate do meu avô...” (Vera, psico-pedagoga)

“A primeira lembrança que me vem gastronômica é chocolate. Eu tinha um avô. (...) Era a pessoa que eu mais amava, era o meu avô, e ele adorava comer, era gordinho. Naquela época fazia-se doce de leite em casa, e a gente raspava junto a panela de doce de leite, eu achava o máximo. (...) Eu morava em Campo Grande, nem tinha Kopenhagen lá ainda, o meu avô sempre morou em Ipanema, Copacabana. Então toda vez que ele ia, ele levava Língua de Gato, Nhá Benta...” (Cristiane, consultora de marketing)

“Lá em casa a gente sempre jantou, fez refeição. E não só o núcleo familiar, mas os avós, sempre tinha aquela lasanha na casa da vovó paterna, eu ficava esperando. E a outra avó, materna, era a que cozinhava, era a “italianona”. Ficava esperando o dia de ir pra lá. (...) Minha mãe pegava molho de tomate, aquecia na panela, jogava queijo e depois botava no pão. Aquilo era divino, tenho ótimas lembranças disso. Uma coisa que marcou”. (Cláudia, administradora)

Estes depoimentos alinham-se com a ideia de emoções compartilhadas, característica das tribos pós-modernas (Cova, 1996, 1997, 2001; Cova e Cova, 2002) e com a afirmativa de Maffesoli (1987, p. 64): “A partilha do sentimento é o verdadeiro cimento societal”. Ou seja, pode-se sugerir que os gourmets compartilham um sentimento de afeto familiar, de boas memórias da infância com seus parentes.

Cabe também fazer um paralelo com Visser (1998, apud Casotti, 2002) e Ackerman (1996), que destacam as lembranças de família presentes nas refeições, a “comida das lembranças” e também com Farb e Armelagos (1980), que estudou a relação emocional entre comida e mãe. Também a pesquisa qualitativa realizada por Casotti (2002) mostrou a lembrança e os afetos como sendo importantes elementos nas refeições.

Com relação à definição de “gourmet”, é interessante notar que alguns informantes não se identificam com este termo, que consideram diretamente associado a consumo, alto nível de exigência e também a uma sofisticação que não possuem. Ao contrário, tendem a identificar-se com simplicidades.

“Não me considero um gourmet porque não tenho esse nível de exigência, somente sei diferenciar uma comida boa de uma ruim. Tem gente que só come determinadas coisas, não entra em qualquer restaurante... Gourmet tem uma pré-disposição. (...) Claro que tem pratos que prefiro com relação a outros, como massa, peixe, mas é um nível de exigência menos sofisticado e fechado. (...) Requite tem um pouco de gourmet, eu não sou exigente com determinados tipos de comida. A comida bem feita não precisa ser salmão, pode ser arroz com quiabo e uma saladinha, pois pode ser o quiabo plantado na minha horta, um arroz da melhor qualidade, azeite de oliva extra-virgem de melhor qualidade...” (Denis, diretor de marketing)

“Às vezes, um ovo frito pode ser considerado gastronomia, dependendo da forma como ele é feito. Fazer as coisas simples é o mais complicado, o grande segredo”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Estética do prato é fundamental. (...) Mas bonito como a natureza. Ninguém faz uma salada mais bonita que uma folha de alface. Bonito no sentido original, lindo! (...) Comida boa não tem preço. Uma carne moída, um feijão de casa. (...) Arroz e feijão podem ser melhores que uma carne de Nova Iorque”. (Flávio, engenheiro)

“Tem paladar, tá 100% ligado na comida (o gourmet). (...) Gosto de cozinhar, gosto de restaurante, não importa se for chique ou não”. (Ricardo, economista)

“Não sou cozinheiro de carteira, não vou fazer isso... (...) Gosto de me virar com o que eu tiver”. (Leandro, analista de sistemas)

“Comida (que ela faz) não muito sofisticada talvez no preparo, mais caseira, bem mais caseira. (...) Sempre na linha do simples, sem a sofisticação. (...)” (Cristiane, consultora de marketing)

“Não sou gourmet porque me falta técnica. Tem pratos que eu nunca me aventurei. Gourmet tem que ter um paladar mais apurado que o meu, e não tem que ter medo de experimentar por exemplo manga com pimenta e maxixe. Gourmet mistura essas coisas diferentes e percebe. Me considero uma cozinheira, não uma gourmet”. (Cláudia, administradora)

No entanto, ao mesmo tempo em que enaltecem a simplicidade, por definição gourmets valorizam a alta gastronomia, o requinte, a sofisticação no preparo e na seleção dos ingredientes. Isto sugere uma contradição, um paradoxo, características dos indivíduos pós-modernos que são possíveis em função da diversidade nos tipos de experiências de consumo (Brown, 2003). Para Firat et al (1995), o indivíduo pós-moderno curte e valoriza as diferenças geradas pela contradição. Seguem alguns exemplos:

“E ao mesmo tempo pra mim, eu gosto do caldinho de feijão da Academia da Cachaça, e do Carême, sabe, aquela coisa do sabor mesmo”. (Cristiane, consultora de marketing)

“O básico de lá (casa de campo) é um mineirão que não é da nossa família, mas eu gosto, que é um feijãozinho bem feito, um arroz, uma farofinha... não tem nada melhor. Carninha, um frango... (...) Você não precisa comer demais, mas você comer um *escargot* por exemplo bem transadinho, pra mim, eu ganho o dia”. (Vera, psico-pedagoga)

“Não me considero um gourmet não, me considero uma pessoa. Gourmet é muito forte, uma conotação muito formal. (...) Eu sou eu. Gosto de fazer, às vezes até um mexidinho eu faço, pego uma coisinha daqui, outra coisinha dali... Às vezes, um mexidinho ta muito bom! (...) Uma coisa mais sofisticada (o churrasco que iria acontecer naquela semana em sua casa), então encomendei um pernil de cordeiro, encomendei um lombinho de porco, carne de cavalinho...” (Mario, aposentado)

“Gosto de ir a restaurantes sofisticados de salto alto, mas também adoro ir na hamburgueria experimentar o novo sanduíche que saiu, eu gosto de tudo”. (Cláudia, administradora)

Cabe neste momento mencionar que foram notáveis o orgulho e a alegria que os informantes demonstraram ao serem identificados como gourmets, o que mais uma vez caracteriza uma contradição. Nos primeiros contatos com cada informante, no intuito de apresentar o objetivo do trabalho e o perfil buscado, eles se mostraram felizes por se enquadrarem, e de forma unânime se mostraram com boa vontade durante todo o tempo, desde o primeiro contato até o final das entrevistas, falando abertamente, contando histórias, quase que sem nenhuma preocupação com o tempo. O amor pela gastronomia realmente pode ser interpretado como um sentimento compartilhado entre os gourmets, como será descrito adiante.

Outro ponto levantado durante as entrevistas foi a questão da descrição do gourmet pelo gourmet, ou seja, o que tem em comum pessoas que curtem gastronomia e o que é necessário para se tornar um bom cozinheiro. Neste momento das entrevistas, inevitavelmente e de forma espontânea surgiam a paixão pelo prazer da cozinha e do estado de espírito colocado na comida, mais um sentimento partilhado entre o grupo (Maffesoli, 1987; Cova, 1996, 1997, 2001; Cova e Cova, 2002). Palavras muito citadas foram “paixão”, “dom”, “prazer”, “arte”, “alegria”, “sensibilidade”, “mãos”.

“Cozinhar é um dom, tem que amar muito. Dom, conhecimento e paixão: as três coisas são importantes. (...) Muitos alunos aqui da faculdade tem outra profissão, entram aqui por lazer e se apaixonam de tal forma que mudam de profissão”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Ser gourmet na minha opinião é ser apaixonado por comida antes de tudo; além disso, conhecer. (...)” O exercício de cozinhar me dá prazer. (Julia, professora de gastronomia)

“Depende da dedicação, do dom especial, muita paciência...” (Denis, diretor de marketing)

“Se você não está com ânimo para cozinhar, você passa isso para a cozinha, seu estado naquele momento. (...) Cozinhar é uma arte, uma química, uma ciência, uma filosofia, porque faz parte de nosso pensamento, do que o mundo foi e do que o mundo será”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Cozinhar requer talento. Não é uma coisa só de treinamento não. Tenho amigos que cozinham bem, fazem cursos importantes da Itália, França, mas não tem talento. Tem técnica, cultura e treinamento, mas não sabem dar o “tchan”. É uma arte como outra qualquer. (...) O gourmet no bom sentido é aquele cheio de gota com conhaque, bons vinhos, pão feito na hora, ovos de galinha que cisca, aquele gourmet francês da nobreza que come isso tudo”. (Flávio, engenheiro)

“... O carinho que a pessoa fala... A pessoa que gosta da gastronomia, ela não engole, ela mastiga as palavras com relação à comida. São detalhes, uma informação pra te dar, o carinho... (...) Acho que são pessoas (quem curte gastronomia) que, primeiro, você não tem obrigação, e não tem que se preocupar com a sobrevivência de comer. São pessoas que tem prazer. Minha mulher não consegue entender, eu estar morando na Barra, em frente à praia, e não ir a praia. Ela acha estranho que eu fico em casa. Eu venho para a Barra durante a semana, e venho sem ela, porque ela fica aborrecida de me ver o dia todo na cozinha”. (Mario, aposentado)

“Pra mim é como um *hobby*, de botar mais sentimento... (...) Primeiro você tem que gostar do que você cozinha, acredito nisso. Quando você gosta, a comida sai gostosa. (...) Não vamos chamar de dom, é o tipo de inteligência, tem a ver com a questão manual, tem que fazer muitas coisas com a mão. (...) se você faz um prato fantástico, eu vejo você fazendo, eu não vou fazer como você. Porque eu não sou você. (...) Me dá mais prazer cozinhar num dia que eu to inspirado pra cozinhar”. (Leandro, analista de sistemas)

“Tem pessoas que gostam de dizer que cozinham (...) mas são pessoas que não se emocionam com aquilo, gostam daquilo de forma burocrática. É como arte: tem sempre aqueles que fingem que gostam, até entendem, mas não se emocionam de verdade”. (Heloisa, bibliotecária)

“Não precisa ter doze *escargots*, basta um e você conversa com Deus, volta... é o prazer da comida. (...) Eu não consigo ver nada na vida sem prazer.(...) Cozinhar é muuuito gostoso. (...) Ah eu vejo muita alegria (em pessoas que curtem cozinhar)! Alegria é o sintoma contagiante. Aqui no Alquimia, existe uma senhora que ela parece ter 20 anos de idade. Ela sabe tudo, ela tem tudo organizadinho, ela tem pastas... (...) Ela tem uma alegria, e é uma pessoa de mais idade. (...) É muito legal, muito legal, então ela é uma pessoa que expressa essa alegria, eu vejo”. (Vera, psico-pedagoga)

“Você vê que essa paixão que une as pessoas não tem classe social, vai desde auxiliar de cozinha, até o sofisticado, é uma mistura sabe? (...) Quem aprecia, dá mais valor à comida. Você é capaz de pagar mais porque ali tem uma comida legal. (...) Então essa coisa de cozinhar e de comer é um prazer, faz parte... (...) Eu acho que tem (o dom), acho que tem. Acho que as pessoas percebem, tem sensibilidades diferentes. Quando você cozinha muitas coisas, você vai criando, mas eu acho que tem, tem um pouco de dom né... Se você tiver o dom, vai um pouco mais longe. Você pega um *Jamie Olliver*, você pega um *Claude Troigros*, é mágico, eles tem uma paixão ali, sabe... Uma coisa visceral, a coisa da mão...(...) Pras pessoas que gostam de cozinhar, a relação com a comida é diferente, comer não é qualquer coisa, comer é um momento de prazer. Muito difícil alguém que cozinhe muito bem e não goste de comer. (...) ... a receita é diferente dependendo da mão que faz a mesma receita. Porque eu acho que entra a criatividade. É como um pintor, você dá a mesma aquarela pra outro pintor, vai sair diferente, é igual a livro de receitas”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Tem que ter dom, mas tem que ter prática, insistir, insistir, porque faz diferença. Acho que quem não tem dom, mas tem prática consegue. Acho que a prática é mais importante que o dom nato. (...) E pra fazer direito, tem que gostar. (...) Existem pessoas por puro interesse que independente de ter para quem cozinhar ou não vão assistir programas, comprar livros, porque gostam, porque tem prazer”. (Cláudia, administradora)

Com o intuito de complementar a ideia de que eles compartilham da paixão pela cozinha, cabe mencionar que, durante a observação de alguns informantes enquanto cozinham, foi possível notar que realmente eles “cozinham com o coração”, motivados pela possibilidade de oferecer uma comida especial para seus amigos e extremamente envolvidos nas tarefas culinárias.

Especialmente no caso do informante que possui uma casa para receber seus amigos, vale mencionar diversos aspectos que ilustram seu orgulho pela cozinha. Além dele ter recebido seus amigos vestindo um jaleco usualmente usado por *chefs* de cozinha, sua cozinha possui uma logomarca, bordada nesta roupa. Antes do início dos preparativos, ele fez uma longa descrição detalhada de todo o menu daquela refeição: aperitivos, entrada, opções de prato principal e respectivos molhos, sobremesas, licor para acompanhar a sobremesa e até o chá para encerrar o jantar. Neste momento, ele explicou detalhadamente a origem de cada uma destas comidas e bebidas, além de detalhar a origem de diversos ingredientes que as compunham.

Toda esta parte das entrevistas – sobretudo este último tópico – está em sintonia com os diversos autores que sugerem que comida possui alto valor simbólico (Caplan, 1997; Casotti, 2002; Damatta, 2001; Barthes, 1961, apud Casotti, 2002; Booth, 1998, apud Casotti, 2002). Também a questão do prazer ao comer foi mencionada por autores como Casotti (2002) e Beardsworth e Keil (2002).

Um trecho que merece ser comentado é: “Acho que são pessoas que, primeiro, você não tem obrigação, e não tem que se preocupar com a sobrevivência de comer. São pessoas que tem prazer”. Fazendo uma analogia com a teoria, Farb e Armelagos (1980) sugerem que os atributos nutricionais da comida dotada de alto poder simbólico são menos importantes do que seu significado.

Outro aspecto que pode ser visualizado em alguns depoimentos é a premissa de Caplan (1997) de que o código de comida varia de acordo com quem se comunica e com a ocasião. Para os gourmets, a comida parece ter um significado bastante diferente do significado para as outras pessoas. Isto fica muito claro nos seguintes trechos extraídos dos depoimentos acima: “A pessoa que gosta da gastronomia, ela não engole, ela mastiga as palavras com relação à comida.”, “Pras pessoas que gostam de cozinhar, a relação com a comida é diferente, comer não é qualquer coisa.” Além disso, segundo eles, quando se cozinha quando se está bem, com “ânimo”, a comida fica muito mais “gostosa” do que quando não se está “inspirado”, usando palavras mencionadas durante as entrevistas.

Para encerrar esta parte, vale citar alguns depoimentos que exprimem a ideia de Damatta (1996) de que comida no Brasil tem a capacidade de suavizar diferenças sociais:

“É isso me abre um leque de conversa que vai dos 80 aos 20. (...) Com empregada, auxiliar de cozinha...” (Cristiane, consultora de marketing)

“Conhecimento de cozinha vai do conde francês até a doméstica que sabe o que é um bom feijão, uma boa farinha, uma boa carne assada”. (Flávio, engenheiro)

Vale finalizar esta parte fazendo um paralelo com a premissa de Cova (2001) e Cova e Cova (2002) de que as tribos são compostas por indivíduos heterogêneos em termos de renda, além de sexo e idade, conforme demonstrado anteriormente.

4.3.

A importância de se cozinhar para os outros e de se vivenciar novas experiências

- **Significado social por trás do ato de cozinhar**

Neste tópico, os temas foram divididos em três partes: a primeira investigou a importância do elemento social no ato de cozinhar e receber; a segunda enfatizou o ritual existente no ato de cozinhar e a terceira, enriquecida com diversas histórias, indicou a busca incessante por experiências novas, hiper-realistas e excitantes por parte dos apreciadores de gastronomia.

Durante as entrevistas, tornou-se clara a existência de uma motivação social por trás dos almoços e jantares realizados com frequência pelos informantes em suas residências. Acima de tudo, “receber” é um ato social, onde se conversa com os amigos, troca-se carinho e come-se uma boa comida:

“Não há nada melhor que iniciar uma discussão com um bom prato”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“As pessoas se juntam para cozinhar e degustar para se reunir, estar junto. Em segundo, em torno de algum prazer. Não é num destes grupos que se aprende muito. Aprende porque sempre tem um que sabe mais do que o outro, mas não é a motivação principal. (...) Mas a motivação principal é encontrar pessoas em torno de algo que gostem. (...) É a preocupação em ter alguma coisa boa pra comer com os amigos”. (Denis, diretor de marketing)

“Recebo muito meus amigos em casa, e eu sempre que cozinho. Para mim, é um evento social, e terapia: penso no que vou fazer, vou na feira...” (Heloisa, bibliotecária)

“Ter os amigos em volta da mesa é um evento sócio-cultural, porque é divertido, tem troca, carinho, aconchego. Tem inserção de coisa nova. (...) Todo mundo conversa a respeito, tem troca”. (Flávio, engenheiro)

“Gosto muito de receber os amigos na minha casa. (...) Pra mim, um encontro desses é social, não tem a menor graça se não tiver um bom papo, um bom encontro entre amigos. Apesar de quando convido para jantar, o objetivo é jantar, mas ele por si só não existe sem uma boa conversa”. (Adriana, arquiteta)

“Gosto de reunir todo mundo, chamar meus amigos, abrir um vinho. (...) Receber é um evento social. Cozinhar, fazer uma comida bem feita me dá prazer, mas não é o principal”. (Ricardo, economista)

“Um almoço que eu fiz que me deu assim uma alegria enorme que você não pode imaginar. Foi um almoço de dia dos pais que eu fiz há uns três anos atrás, tava a minha filha e o meu filho e eu. Foi talvez o dia dos pais que... eu me lembro da minha avó falando: “Vovó, o que a senhora quer de presente?” Minha avó falava assim: “Meu maior presente é a presença de vocês”. Eu não conseguia entender... que absurdo, não vou dar presente pra minha avó... (...) ...foi um dia especial. Foi um dia assim que eu não tinha nada programado com meus filhos... Eles não me deram presente nenhum... (...) Mas foi um almoço que deve ter durado umas cinco horas... Conversávamos, fazia... Foi esse o almoço marcante da minha vida. Não é a comida. É a comida junto com as pessoas. (...) Talvez tenha sido o

melhor almoço que já fiz na minha vida, que talvez tenha me dado mais prazer. (...) O prazer, abrir um vinho pra uma pessoa, conversar... Uma coisa que eu gosto muito é uma pessoa chegar lá em casa e eu arranjar alguma coisa no armário, em cima da hora. Me dá um prazer que você não imagina. (...) Eu sempre gostei muito de ter as pessoas dentro de casa”. (Mario, aposentado)

“... acho que cozinha é um momento de interação legal. Eu acho legal estar fazendo alguma coisa pra alguém, pra algum amigo, e você compra um vinho, compra um queijo, coisas gostosas, e você tá lá, tá interagindo, tá conversando e cozinhando ao mesmo tempo. (...) ... eu convidei eles pra jantar. Foi uma noite ótima, horas, assunto engrenando no outro, tomando vinho... (...) Foi ótimo, acho que um bom momento gastronômico tem que ter tempo pra isso... Tempo passa, a comida não é o foco, a comida é um complemento... O foco é a interação, se sentir à vontade”. (Leandro, analista de sistemas)

“Eu sempre fui um pouco a pessoa que convidava pra casa, desde o colégio. Então é alguma coisa da minha personalidade, gostar de ter os amigos por perto, sempre fui assim. (...) Um bom evento acho que é o clichê do clichê, a mistura, comida boa, boa música, se tiver, o vinho... Eu acho que essa combinação de elementos quando se junta faz um bom jantar”. (Rafael, cineasta)

“... descobri aqui no centro cultural as aulas de gastronomia no Alquimia, aqui do lado... Tava até dizendo pro meu marido: se a gente sair pra jantar, tomar um vinho, vamos ficar só nós dois conversando, sai o mesmo preço da aula, e a gente invariavelmente vai acabar no meio do jantar entrando nas questões que estão nos incomodando: filho, neto etc. E lá e uma vertente nova! O que é que acontece? Lá, a gente conhece pessoas diferentes! (...) As pessoas tem que estar na sintonia (para uma boa reunião). (...) Essa coisa da sintonia é fundamental. Acho que a minha origem vai me empurrar para um bom prato à mesa estando todo mundo muito feliz. Um bom prato, um bom vinho, acho que é por aí também. Acho que é um conjunto. (...) A gente já está virando uma confraria (o pessoal do curso de culinária). (...) A gente vai pra lá, tem um conagraçamento, uma vontade comum, um senso comum eu acho”. (Vera, psico-pedagoga)

“Pra mim dar comida é dar carinho, sabe, é uma forma de querer presentear também, de agradar. Receber os amigos é uma troca afetiva na qual eu tenho um imenso ganho porque eu tenho prazer em cozinhar. (...) ... é o estar junto, e eu acho que receber, eu gosto de receber pessoas na minha casa. Eu acho que comida passa afetividade. (...) Eu gosto de todo mundo em volta da mesa. Para mim, um dos melhores programas é um jantar com poucas pessoas”. (Cristiane, consultora de marketing)

O intenso uso de verbos como “se juntar”, “reunir”, “estar junto”, “encontrar”, “conversar”, “chamar”, “interagir”, “convidar”, “conhecer pessoas” e de expressões como “amigos em volta da mesa”, “ter as pessoas dentro de casa” e “ter os amigos por perto”, dentre outros, pelos informantes sugere não só o compartilhamento de emoções das comunidades pós-modernas (Cova, 1996, 1997; Cova e Cova, 2002), mas também a sua necessidade de “estar junto” (Cova, 1997; Cova e Cova, 2002), de retomar ligações sociais (Bauman, 1992; Maffesoli, 1987). Com base em escolhas livres e emocionais - neste caso o ato de cozinhar para os amigos – ocorre o fenômeno da recomposição social sugerido por Cova (1997). O trecho citado em uma das entrevistas “encontrar pessoas em torno de algo que gostem” é um dos que mais reflete a busca da emoção compartilhada.

Especialmente falando de cultura brasileira, cabe mencionar que aqui, onde os amigos participam da vida uns dos outros de forma íntima, é muito forte a relação entre comida e interação social (Damatta, 2001).

Além do paralelo com a teoria de comportamento de consumo pós-moderno, é possível traçar também um paralelo entre os dados coletados e a opinião de autores como Mintz e Du Bois (2002), Ackerman (1996), Booth (1998, apud Casotti, 2002) e Douglas (1999) de que comida está diretamente ligada às relações sociais.

Nestes depoimentos, crenças morais também com relação a valores como amizade também podem ser observadas nos relatos de diversos informantes (Cova, 1996, 1997; Cova e Cova, 2002). Laços de solidariedade (Heck, 2004) e fortes ligações de amizade (Douglas, 1999) aparecem com frequência: “As pessoas se juntam para cozinhar e degustar para se reunir, estar junto”, “Tem troca, carinho, aconchego”, “Receber os amigos é uma troca afetiva na qual eu tenho um imenso ganho porque eu tenho prazer em cozinhar”, “Eu acho que comida passa afetividade”.

Conforme informado na descrição dos entrevistados, é interessante observar que tamanha alegria em receber os amigos motivou um dos informantes a criar um espaço especialmente com este objetivo. Os eventos em seu espaço são planejados com antecedência por ele, e dependendo do grupo, ele troca ideias sobre o menu e bebidas que serão servidas.

“... então foi assim que surgiu este espaço, a casa lá, o Cozinhando com alegria. (...) Então o meu mote é: “No Cozinhando com alegria, a alegria é ter você em nossa casa”.” (Mario, aposentado)

Outro caso válido de destaque é o da cozinha para aluguel, que se caracteriza como uma cozinha dotada dos móveis, utensílios e eletrodomésticos básicos para se preparar e servir uma refeição para grupos de até trinta pessoas. A pessoa pode optar por cozinhar ou contratar um *chef*, levar seus ingredientes ou pedir que a equipe contratada se encarregue desta tarefa, alugar com ajudante de cozinha ou não e assim por diante. A motivação por trás deste negócio também é suportar as relações sociais.

“Por que não ter um local para o não-profissional poder alugar e preparar uma refeição para seus amigos, como se fosse um restaurante? (...) Cozinha e salão juntos. (...) É um programa diferente, as pessoas estão começando a criar o hábito”. (Marcelo, empresário)

O hábito de cozinhar em grupo ocorre também em cursos, sejam eles em espaços destinados para cursos, nos restaurantes ou, muitas vezes, na casa de um *chef*. Apesar da formalidade do encontro, os motivos para o encontro parecem ser os mesmos dos amigos que recebem em suas casas:

“Existem casos (de alunos nos cursos de culinária) que não se conhecem e acabam criando um grupo. Todo mês tem curso de culinária saudável, há oito meses. Eles fecharam a aula e dizem o que querem, se formou um grupo. Culinária é muito isso, é você se sentir à vontade e depois reservar o espaço pra fazer uma brincadeira, cozinhar”. (Marcelo, empresário)

“Uma vez dei um pequeno curso aqui no restaurante. Cada um tinha uma profissão, e uma vez por semana cozinham, depois jantavam. No início, o grupo mudou muito, depois firmou aquele grupo. Eles vinham depois do trabalho. (...) Quando o curso acabou, eles se sentiram perdidos, e então continuaram a fazer na casa de uma das alunas. (...) Até hoje eles me visitam e dizem que o grupo está com saudades de mim. (...) Cada um vinha por um motivo. (...) Outra vinha para passar o tempo depois de se estressar o dia todo na bolsa. Outros queriam conhecer gente, outros eram apaixonados e queriam aprender alguma coisa. (...) As pessoas sempre se reúnem umas nas casas das outras, é uma distração do trabalho. A minha dentista vai ao Rodolfo Botino, diz que não vai para aprender, “é porque encontra um, encontra outro, toma um vinho...” (...) É mais para se encontrar, se juntar. A aula mesmo é uma desculpa pra poder estar junto. É uma garrafa, outra, outra. Vira uma bagunça. Já aconteceu de na hora de jantar estarem todos bêbados, era uma conversa alegre... Vejo que as pessoas se juntam pra ficar junto, sair da rotina, pra ter alegria, pra ver outras pessoas... (...) ...uma coisa para estar junto mesmo, isso é que é importante pra eles”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

Ao serem questionados sobre quem é o melhor público-alvo para suas comidas, os informantes se dividiram entre aqueles que preferem cozinhar para quem sabe cozinhar, aqueles que gostam de cozinhar para os amigos, independente de cozinham ou não, e ainda aqueles que até preferem oferecer um bom prato aos leigos, pois assim se sentem presenteando, dando a oportunidade para que conheçam aquilo que é de boa qualidade.

O fato de alguns informantes preferirem cozinhar para quem sabe cozinhar pode ser visto uma medida que define os limites, as regras para participação naquela comunidade. Afinal, para fazer parte de uma determinada comunidade é necessário apresentar estilos de vida e hábitos de consumo semelhantes com os outros indivíduos do grupo, conforme já foi mencionado anteriormente (Cova, 1996, 1997; Cova e Cova, 2002).

“Convido aqueles que apreciam, claro. Excepcionalmente convido alguém que não goste. Não é só gostar, tem que entender também. Se for alguém que não entende nada, aí eu não cozinho. (...) Não conversamos sobre isso, sabe-se o que está acontecendo, todo mundo percebe, come muito...” (Flávio, engenheiro)

“Sem dúvida, entre as pessoas que cozinham, existe uma troca. É diferente sim cozinhar para quem cozinha e entende do assunto”. (Adriana, arquiteta)

“Quando faço um jantar com mesa posta, formal, aí convido pessoas que sabem cozinhar. Quando convido aqueles que estão vindo da praia, aí eu preparo qualquer massa. (...) É perigoso, tem que saber quem convidar quando você quer fazer um jantar. Brasileiro não leva a sério. Está indo pra uma festa, voltando de outra...” (Italo, correspondente internacional)

“É diferente cozinhar pra quem cozinha. Um amigo meu está chegando amanhã de São Paulo, vem pra esse encontro de sábado. E mulher dele foi minha colega há dez anos de curso de pós-graduação. E ficamos íntimos porque ele cozinha muito bem. (...) A gente sempre pensa na comida e no grupo que a gente está oferecendo...” (Mario, aposentado)

“Gosto mais de cozinhar para quem cozinha do que para quem não entende nada. Pelo menos capricho muito mais para essas pessoas, sem dúvida. E elas fazem a mesma coisa comigo: é uma troca. (...) Por exemplo, tenho um casal de amigos, um francês casado com uma brasileira, que traz coisas pra mim de viagem, e sempre que nos encontramos, sempre alguém leva “aquele vinho”, especial, guardado há anos... Eles trazem aspargos de viagem, eles fazem uma canela de vaca deliciosa... (...) É um grupinho que se reconhece”. (Heloisa, bibliotecária)

Por outro lado, neste momento das entrevistas, a abertura e o interesse por pessoas externas à tribo foram observados diversas vezes, especialmente para aqueles que se sentem dando um presente ao oferecerem comida aos amigos.

“Eu tenho prazer no preparar para cozinhar, cozinhar e ver a reação das pessoas. (...) O hábito de cozinhar pra mim não é diferente, eu não cozinho de forma diferente (para quem cozinha e para quem não cozinha). Eu gosto de fazer uma anamnese da pessoa. Um cara que eu fazia doutorado, o Jesualdi. Passamos por tantos problemas juntos, estudamos juntos, aí eu falei: “Vem cá, quando você sai com sua esposa, você come o quê? Que que você gosta?” (...) Se você cozinha ou não eu não me importo, eu quero saber o que você gosta. Quem come pra se alimentar, não curte a comida. Quem come de outra forma, é outra coisa. (...) Minha sogra cozinha muito bem. (...) Quando ela tá comendo, ela tá sorrindo. Vejo ela sorrindo, ela sorri quietinha... Não precisa de mais nada, é legal”. (Leandro, analista de sistemas)

“Capricho igual pra todo mundo. Não faz diferença, às vezes faço até com maior cuidado pra aqueles que não cozinham, só por isso mesmo, pras pessoas verem que é mole, que pode ser bom, pode ser fácil”. (Rafael, cineasta)

“Eu faria da mesma forma (para quem cozinha e para quem não cozinha), para quem não cozinha ser apresentado ao prato. Acho que o capricho é igual. Conhecendo, ótimo. O que não conhece vai ser apresentado, tomara que dê certo, que goste”. (Vera, psico-pedagoga)

“... eu sei o que todo mundo gosta e não gosta. Se você aqui na minha frente hoje disser assim: “Ah eu não gosto de abacaxi com hortelã.”, eu vou guardar isso, na próxima vez que a gente se encontrar eu vou lembrar. (...) É diferente (cozinhar para quem cozinha e para quem não cozinha), quem cozinha, aprecia mais, vai trocar uma receita com você. Mas não capricho mais para quem cozinha, apesar disso”. (Cristiane, consultora de marketing)

Alguns informantes mencionam ser importante fazer aquilo que a pessoa gosta, lembrar-se do que a pessoa gosta, ou até proporcionar que a pessoa experimente uma boa comida. Este resultado está de acordo com a ideia de Farb e Armelagos (1980): na sociedade atual, oferecer comida é como dar um presente dado de coração. O trecho “Pra mim dar comida é dar carinho (...) é uma forma de querer presentear também, de agradar.” ilustra esta afirmativa.

É válido também traçar um paralelo com Barthes (1961, apud Casotti, 2002), para quem o alimento transmite significado de acordo com a ocasião em que é consumido. Dependendo da ocasião e de quem se trata, a comida pode ser um presente daquele que cozinha: se o “presenteado” gosta daquela comida, terá o prazer de comer; se não gosta, terá a oportunidade de experimentar.

Com relação aos gourmets que preferem cozinhar para gourmets, ou no mínimo admitem que é diferente cozinhar para quem entende de gastronomia, cabe uma referência a Caplan (1997), para quem o código da comida varia não só de acordo com a ocasião, mas também de quem está presente. Ficou claro, nas declarações dos informantes, que para um gourmet, aquela comida terá um significado maior ou mais especial do que para um leigo em gastronomia.

Ainda neste momento, a necessidade de reconhecimento aparece com bastante ênfase:

“Enquanto *chef* de cozinha, me vejo como uma pessoa exigente e que precisa, acima de tudo, que as pessoas gostem do que eu preparei. Isso vale mais que um bom salário”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“*Chef* é sofrimento puro, muita paciência, mas também muita gratificação. A satisfação maior é que tudo dê certo. “Foi fantástico!” é o que o *chef* sempre gostaria de ouvir dos clientes”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Eu invento, e sabe que o pessoal acha uma maravilha? (risos)” (Heloisa, bibliotecária)

“Minha experiência mais marcante, acho que aconteceu uma coisa não concreta, a primeira vez que fiz uma coisa que eu percebi que estava boa, e que as pessoas gostaram, acho que isso me marcou, apesar de eu não ter a menor ideia de quando aconteceu... Mas acho que isso certamente foi importante pra minha caminhada. (...) Essa questão sempre vai importar, vou admitir. (...) ... um pouco onde o cozinheiro amador se defende: “Poxa, to te convidando, já to cozinhando pra você...” Acho que isso é o que incentiva também, as pessoas já vem pré-dispostas a gostar”. (Rafael, cineasta)

“Existe (no espaço) um pouco de narcisismo de mostrar pros seus amigos seu conhecimento culinário, se mostrar fazendo um jantar pros seus amigos”. (Marcelo, empresário)

“Tem um sobrinho meu que todo ano espera o Natal pra comer as minhas comidas, eu gosto muito”. (Vera, psico-pedagoga)

“No sítio dos meus pais, cozinho o dia inteiro. Adoro cozinhar pra família. Eles gostam, incentivam, elogiam, e isso é um estímulo muito legal pra quem quer ser “provada.” Se eu faço uma comida e ninguém prova, eu fico doente. (...) É muito mais fácil cozinhar pra quem não entende. É muito fácil agradar e muito estimulante. Meu namorado acha tudo ótimo, talvez se ele fosse mais experiente ele não achasse tudo ótimo, mas ele não sabe. Então é muito mais fácil você se sentir feliz cozinhando pra quem elogia. Por outro lado, ser elogiado por quem está acostumado com comida requintada, faz diferença. (...) Primeiro bolo que eu fiz que foi um bolo mármore que pela primeira vez ficou bom. Aquilo foi tudo pra mim, eu tinha 9, 10 anos. A primeira coisa que eu fiz e que deu certo. (...) Teve uma vez que eu caprichei muito e foi muito legal. Fiz salada com endívias, rosbife, *petit gateaux* na hora, foi um jantar bem caprichado e tudo saiu gostoso. Foi pro meu namorado. Tudo deu muito certo, ele gostou muito. Ele agradecia!” (Cláudia, administradora)

Este trecho permite uma analogia com a teoria de diversos autores, como Brown (2003), em que o indivíduo pós-moderno busca construir uma imagem e significado simbólico para cada ocasião. Ao cozinhar para amigos, é importante ser reconhecido por um ou mais quesitos - criatividade, talento, habilidade na cozinha - e muitos significados podem estar por detrás desta imagem - “estar na moda da gastronomia”, “ser sofisticado”, ou até “ser bom em tudo o que faz”, e daí por diante. Para Farb e Armelagos (1980), é comum as pessoas se orgulharem por oferecer pratos que sinalizem sua posição social.

Questionados sobre o motivo pelo qual o evento ocorre, os informantes citaram as seguintes ocasiões: uma comemoração especial, a simples vontade de cozinhar e receber os amigos ou alguma comida em particular. Neste caso, a comida pode ter sido algum presente ou algo que tenha sido sugerido, algo que o informante tenha tido vontade de comer e cozinhar, ou até algo interessante encontrado no supermercado, na feira, que motive a compra e o preparo.

Faço jantares quando quero “abstrair”. (Julia, professora de gastronomia)

Uma vez um amigo meu trouxe umas trufas da Itália, e me convidou pra comer uma massa trufada, mas não é o dia-a-dia. (...) Eu tenho um amigo que toda vez que vem ao Rio, me pede pra fazer um *pesto*. (Denis, diretor de marketing)

Quando encontro uma coisa boa em viagem, Petrópolis, ou na feira, aí decido cozinhar. Uma pimenta mexicana, uma comida especial encontrada na Europa... (Flávio, engenheiro)

Geralmente, você vê algo na TV e vê que vai te dar um pouco mais de trabalho. Tem vontade de experimentar... (...) Encontra um pato maneiro, de lá já ligo chamando pra comer lá em casa., aí o cara traz um vinho... (Ricardo, economista)

Eu tenho uma colega que fez mestrado comigo. Ela sabe que eu gosto de cozinhar. Aí ela foi pra Espanha, ela comprou um açafão, desses presentes com segunda intenção, declarada né, “to esperando um risoto de açafão.” Declarado. Foi um prazer, gostoso ter que chamar ela pra ir lá em casa. Mas às vezes não, às vezes dá vontade de cozinhar uma coisa nova. Outro dia, por exemplo, eu nunca tinha cozinhado um pernil de porco na vida, aí chamei: “Família, vem comer aqui.” (Leandro, analista de sistemas)

“São coisas variadas, às vezes eu to com vontade de experimentar um prato, fazer uma coisa. Mês passado por exemplo fiz uma feijoada de frutos do mar, tava doido pra experimentar, aí chamei uns trinta amigos. (...) faço por evento, faço porque estou com vontade de fazer alguma coisa, e muitas vezes também faço porque vi alguma coisa no supermercado que deu vontade de fazer, aí convido alguém.” (Rafael, cineasta)

“Eu tenho muito a coisa do desejo. (...) Então de repente tô aqui pensando “Ai, há muito tempo que não faço um vatapá!” Aí eu fico com aquela ideia, aí na menor circunstância que eu tenho pra pensar em fazer, aí eu digo: “É hoje!” Aí acontece. Ah vai ser aniversário do meu marido, eu aproveito e faço”. (Vera, psico-pedagoga)

“... às vezes assim, eu fiz alguma coisa, aí falo pra alguém “passa aqui, janta aqui,”, sabe...” (Cristiane, consultora de marketing)

“Em geral, decido fazer um almoço lá em casa porque eu descobri uma receita nova e quero experimentar. Eu poderia chamar minha família lá em casa e pedir pizza, mas não é a mesma coisa. Em geral é alguma coisa que quero experimentar. (...) Uma vez visitei uma fábrica de queijos de búfala, e comprei um monte de coisas. Aí chamei todo mundo pra comer e fiz um monte de coisas, tudo o que era possível fazer com búfala”. (Cláudia, administradora)

Cabe observar nestes relatos a importância do papel do consumo, ou seja, muitos encontros sociais ocorrendo porque a comida ou um ingrediente especial foi apresentado, ou porque se comprou algo que não estava previamente planejado e dali surge a ideia de preparar e oferecer uma refeição. Ocorre aqui uma inversão nos papéis, ou seja, encontrar-se por causa da aquisição da comida, e não comprar para ter o que servir durante o encontro.

Firat e Schultz (1997) explicam este fenômeno como sendo a imagem do produto, no caso, o prato – a massa trufada, o pernil de pato, a feijoada de frutos do mar - contribuindo para a auto-imagem – que pode ser a de um cozinheiro de comidas sofisticadas - e para a felicidade dos indivíduos - o evento social, a “comemoração” com amigos que vão apreciar a comida especial. Pode-se sugerir o gourmet que cozinha como sendo o *Homo consumericus*, definido por seu consumo de bens e serviços de alta gastronomia e das experiências resultantes disso, seus almoços e jantares admirados por seu círculo de amizades.

Examinando o fenômeno observado segundo a teoria de Cova (1996), os pratos sofisticados estão sendo interpretados de acordo com suas experiências próprias, e não por seu valor de uso. Por trás dos pratos sofisticados, estão as motivações em presentear não só os outros como si próprio, em exercer sua arte e principalmente em exibí-la. Um prato sofisticado é resultado da dedicação, prova do talento e excepcionalidade daquele cozinheiro – motivos de seu orgulho e que o tornam vendável (Firat e Schultz II, 1997) – e o ritual de preparar, servir e

oferecer valoriza ainda mais estas virtudes, tornando o momento uma experiência compartilhada, aproveitada pelo cozinheiro, enaltecido, e pelos outros membros, que sentem-se prestigiados e degustam aquela comida tão saborosa e especial.

O principal objetivo do gourmet, nestas ocasiões, é proporcionar experiências inesquecíveis aos seus convidados, ao mesmo tempo em que também participam, alternando-se entre a cozinha e a sala. Neste momento, o gourmet e seus convidados não estão consumindo temperos especiais, trufas ou frutos do mar, e sim seus altos significados simbólicos (Cova, 1996, Caplan, 1997; Casotti, 2002; Damatta, 2001; Barthes, 1961, apud Casotti, 2002; Booth, 1998, apud Casotti, 2002).

Outro aspecto observado foi a importância da interação: para alguns entrevistados, trocar informações sobre comida, assim como cozinhar a quatro mãos parecem ser consideradas experiências enriquecedoras e prazerosas:

“Quantas vezes você não está um em restaurante e interage com a mesa ao lado?” (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Prefiro ter alguém, alguém que esteja interagindo lá. Faz uma coisa aqui enquanto estou fazendo outra. Tem que ter uma interação”. (Ricardo, economista)

“Comprei frutos do mar e coloquei dentro de um saquinho no congelador. E o Rogério disse o seguinte: “Se você botar o saquinho no congelador, aí cria uma camada de gelo lá dentro e você vai demorar muito a descongelar. Bota num saquinho plástico e espalha ele na horizontal.” São besteiras, coisas que você trabalhando, estando com pessoas que mexem com gastronomia, você vai... São pequenas coisinhas que você...” (Flávio, aposentado)

“Tinha época que eu gostava de cozinhar com as pessoas, então chamava assim um amigo meu pra cozinhar comigo. Porque acho que a cozinha é um momento de interação legal. (...) ...e você tá lá, tá interagindo, tá conversando, e cozinhando ao mesmo tempo. (...) Às vezes funciona muito bem. (...) Minha irmã gosta de cozinhar como eu, ela faz algumas coisas, tem jeito, então “eu experimentei tal, fiz desse jeito.” (...) “Deixa eu ver como é que faz.” (...) ... uma das poucas comunidades minhas no Orkut é sobre risoto. Sempre tem um novato querendo saber como é que funciona, restaurantes onde comer um bom risoto, em São Paulo, como fazer pêra com gorgonzola, tem umas coisas assim...” (Leandro, analista de sistemas)

“Se alguém me dá uma boa receita, uma amiga passou uma de *brownie*, ficou maravilhoso, então eu quis passar pras pessoas, eu tenho essa coisa da troca mesmo. (...) E isso me abre um leque de conversa que vai dos 80 aos 20. Qualquer grupo de velhinhas eu entro e converso, e elas acham uma gracinha”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Troco direto dicas e receitas com amigas. Trocar receita por *email* é tudo de bom: “Ih faz essa, faz aquela”. Bom demais”. (Cláudia, administradora)

Assim como ocorre nas reuniões em casa, a busca pela interação aparece também nos cursos culinários:

“(...) Alegria, vontade de trocar: “Ah, eu faço assim...”. Isso é muito legal. “Ele ta ensinando a botar a água assim, mas eu não ponho porque não dá certo.” (...) Sempre tem duas ou três pessoas novas, o que é muito legal também, pessoas vão chegando e vão fazendo coisas diferentes”. (Vera, psico-pedagoga)

Mais uma vez, aparecem o significado social por trás da comida e o desejo dos indivíduos de se relacionarem, especialmente com aqueles que compartilham da mesma emoção que a cozinha proporciona. O indivíduo pós-moderno busca retomar suas ligações sociais (Bauman, 1992; Maffesoli, 1987) e, neste contexto, a comida possui um papel relevante, uma vez que refeição é uma ocasião social (Dickson e Leader, 1998, apud Casotti, 2002).

A questão entre comer em casa com amigos versus comer em restaurantes cabe ser abordada, já que foi comentada por alguns informantes:

“Cada vez como mais em casa, chamando as pessoas e indo pra casa de amigos. Ainda mais porque no restaurante não pode fumar. (risos)” (Flávio, engenheiro)

“O que eu gosto é de reunir todo mundo, chamar meus amigos e abrir um vinho. Restaurante tem fila e é impessoal. Em casa tem um ritualzinho, é um programa para o dia inteiro”. (Ricardo, economista)

“Em 97, já se discutia a questão do deslocamento das atividades de fora pra dentro, por segurança, conforto. (...) As pessoas iam trazer os amigos e a garrafa do vinho do restaurante pra dentro de casa”. (Mario, aposentado)

“Você cozinhar é uma coisa muito mais íntima, eu acho assim. Você levar alguém na sua casa é uma coisa extremamente íntima. Porque faz um local íntimo neste sentido. (...) Eu acho muito mais pessoal, íntimo, fazer uma comida pra ele (amigo), a gente comer junto, tomar um vinho do que ir prum restaurante”. (Leandro, analista de sistemas)

“Jantar fora é programa social. Cozinhar em casa é prazer”. (Cláudia, administradora)

É possível sugerir uma diferença entre os significados de comer em casa e comer em local privado. Em casa, há “conforto”, é íntimo e pessoal, é um programa mais longo, há mais liberdade – “até para fumar”. É possível traçar um paralelo com a ideia de Finkelstein (1989, apud Heck, 2004) de que comer fora enfraquece a interação social, ainda que o autor não especifique se o “comer fora” em questão é em restaurantes ou em qualquer local que não seja a própria casa, assim como os outros autores que abordaram o tema “comer fora” (Casotti, 2002; Beardsworth e Keil, 2002; Caplan, 1997).

- **Os rituais**

Os rituais merecem atenção à parte. A descrição dos rituais, desde o planejamento e compra dos ingredientes até a forma de preparo – por exemplo: se seguem ou não receitas - e principalmente o evento em si foram momentos em que os informantes falavam com forte entusiasmo muitas vezes. De forma espontânea, muitos deles contavam rituais de preparo de comidas, alguns de forma resumida e outros, detalhadamente.

“É terapêutico pensar no que vou fazer, ir na feira...” (Heloisa, bibliotecária)

“Já promovi um Campeonato de Risotos, com um grupo de amigos que cozinham. Cada encontro era na casa de um, e cada um fazia um risoto, no final um seria o vencedor. Alguns deles nem cozinhavam, mas eram obrigados a se virar. Tudo é uma grande festa”. (Adriana, arquiteta)

“Gosto de reunir todo mundo, chamar meus amigos e abrir um vinho. (...)” (Ricardo, economista)

“Porque pra mim não é científico, eu mal consigo seguir receita. Minha família toda é minha cobaia, faço experiências gastronômicas com minha família. Totalmente alquimia. (...) ...E a gente falou “Vamos cozinhar”, uma forma da gente se encontrar. Aí a gente chamou de CPG, que era a Confraria dos Pequenos Gourmets, besteira... E aí todo mês a gente se reunia pra cozinhar. (...) Cozido eu acho que é um dos mais complicados. Tem que preparar, cozinhar as coisas separadas, botar na mesa quente, fazer um pirão, descascar as coisas, é muita coisa. (...) Eu acho que precisa ter um certo nível assim de alma, talvez, ou clima, não sei explicar. Você não tem pressa envolvida, não tem gente preocupada, com pressa. Criança fazendo barulho, te atrapalhando, não é que criança incomode, mas tem que estar calmo, não tem que ter nada incomodando. Pressa me tira fome, é uma hora que você pode ter de tempo livre. Às vezes a comida não é nem assim o centro, não é que a comida seja o central, é um conjunto, a conversa engrena... (...) Fiz o risoto pra quarenta pessoas, dá o prazer de organizar o negócio, servir... Cozinho com a máquina fotográfica, depois coloquei num *blog* como foi a preparação, as caras das pessoas, os ingredientes, a evolução da comida...” (Leandro, analista de sistemas)

“... raramente eu leio receita ou acompanho uma receita pra fazer um prato, e tenho o péssimo hábito de não anotar os pratos que faço. (...) A gente tem um grupo de seis ou sete pessoas que se reúne pra jogar botão uma vez por mês. Aí na quarta foi o último campeonato do ano, aí o pessoal veio aqui, eu preparei um “jantarzão”, e tal... (...) ... primeiro, eu tento nunca cozinhar quando eles já estão aqui. Eu deixo tudo muito adiantado pra quando chega todo mundo, eu só finalizo, porque eu não gosto de ficar aqui na função enquanto todo mundo tá”. (Rafael, cineasta)

“Nós já tivemos o momento de risoto, por exemplo, em que todo final de semana fazia um risoto diferente. Sempre a casa cheia, sempre, muito legal. (...) Pra mim, tudo é uma grande festa. A pessoa pode pegar com a mão, pode experimentar antes da hora, não tem aquela coisa”. (Vera, psico-pedagoga)

“Ficou super legal, mas assim esse evento pra mim era um evento, “Que que eu posso fazer, como é que eu vou combinar”, sabe... (...) Fazer uma comida, sentar e comer é um programa, sabe... (...) Eu prefiro cozinhar sozinha e ter alguém pra cortar. E limpar. Fazer receita a quatro mãos não posso. Deixo as coisas pré-preparadas pra estar com os convidados. Deixo as coisas o mais prontas possível. E separar talher, prato, porque na hora que a casa fica cheia... Quando é jantar não é empratado. O francês serve o prato, mas eu acho que você se servir é uma coisa muito brasileira. (...) Tinha um almoço árabe na família

do meu pai, que a minha avó começava a cozinha a preparar na meia noite do dia anterior”.
(Cristiane, consultora de marketing)

Ainda neste momento das entrevistas, apesar do um entusiasmo notável, foi possível compreender que, para eles, comer junto significa um ritual.

“Aqui é difícil organizar jantar, porque não é um hábito brasileiro. Pra mim, convidar é muito difícil, as pessoas chegam a qualquer horário, um come, o outro não come. Você não pode contar com as pessoas. Sou gringo. Gringo vem pra comer, brasileiro não vem pra comer. Vem pra bater papo (...)” (Italo, correspondente internacional)

“Olha, eu na cozinha às vezes fico um pouco estressado antes da cozinha, mas quando estou na cozinha eu relaxo, eu me sinto muito bem. Eu gosto de ouvir música na cozinha, eu gosto de beber um vinho na cozinha”. (José Carlos, aposentado)

“Eu to comendo uma coisa e falando de outra comida, isso me atrapalha totalmente, como três *CD*'s tocando ao mesmo tempo. (...) É um ritual, interfere na percepção, no sabor... “Ah, porque comi melhor não sei aonde...” (...)” (Leandro, analista de sistemas)

“Comer em pé pra mim é fora de cogitação. Odeio Mc. Donald's, não consigo, prefiro ir na padaria comer pão com mortadela. Comer pra mim sempre foi um ritual. Então é claro que você sozinha não cozinha, mas nenhuma comida pra mim é só uma comida pra engolir, pra comer em pé...” (Cristiane, consultora de marketing)

Estas ocasiões em que ocorrem os rituais de planejamento, preparo e da refeição em si são importantes, pois nelas fortalecem-se os valores da cozinha entre seus apreciadores (Cova, 2001). Afinal, pode-se considerar que esta tribo existe em função de um compromisso ritual e simbólico entre seus membros em torno da comida (Cova, 1997).

Seguindo ainda nesta linha da relevância do ritual, pode ser feita uma analogia com a importância atribuída por alguns autores às refeições familiares (Dickson e Leader, 1988, apud Casotti, 2002; Caplan, 1997; Rapaille, 2007), que sugerem uma tendência à valorização deste hábito apesar dele ocorrer cada vez com menos frequência nos lares. Planejar e preparar uma refeição, bem como fazê-la com amigos pode ter um significado semelhante ao da refeição familiar.

Ainda dentro da analogia com a refeição familiar, de uma certa forma, o hábito presente pode ser visto como uma tentativa de reconstruir o tradicional almoço de domingo das famílias italianas, portuguesas, francesas e brasileiras, em que a dona da casa cozinhava para toda a família. No entanto, não é necessário ser domingo para receber convidados, que não necessariamente precisam ser parentes. Pode-se convidar quem e quando quiser, sem regras “engessadoras” porém retomando-se hábitos tradicionais.

Esta constatação parece estar de acordo com a ideia de Cova (1997) de que, após a libertação dos constructos modernos, os indivíduos pós-modernos estão em busca de recomposição social, agora com base em escolhas livres e emocionais. Quanto menos restrições e mais escolhas for possível ter, melhor. Aplicando esta ideia às refeições entre amigos, pode-se sugerir que, ao mesmo tempo em que se retoma um hábito tradicional e familiar, deseja-se fazer isso com liberdade total de escolha.

- **A busca por experiências**

A questão da busca por experiências é outro tópico que merece destaque. Eles possuem em comum o fato de se excitarem com a exploração e com experiências culturalmente ricas, criativas e não-usuais em seu dia-a-dia, de terem guardado fortes lembranças destas experiências e de estarem em constante busca por novas experiências e conhecimentos envolvendo gastronomia.

Uma característica em comum nestas experiências é a busca por ecletismo através de experiências étnicas e/ou regionais, uma vez que o fenômeno da globalização teve impacto em hábitos alimentares (Heck, 2004).

“Me lembro uma vez na Índia, cozinhei pra vinte e duas pessoas. Uma camarões enormes que encontrei no mercado de lá... Foi na casa de um amigo”. (Flávio, engenheiro)

“Uma vez eu tirei férias e aí resolvi fazer um curso de pizza com um italiano, há uns oito anos. Aí gostei muito. (...) Estou em busca de uns diferentes (cursos de culinária), com os horários que eu quero. Tipo comida asiática”. (Ricardo, economista)

“A última foi cachaça, um amigo meu que é dono de alambique levou a cachaça e nós levamos comidinha para acompanhar as cachaças. (...) Fiz um evento com um amigo meu que se chamou “Será que harmoniza?” Esse evento foi o seguinte: eram oito pratos com quatorze vinhos. Era um exercício: o primeiro prato tinha uma torradinha com creme de espinafre e uma gema de ovo de codorna. E tínhamos que harmonizar. Foi muito interessante (...) Eu tô querendo nesse do dia 9 (jantar), fazer uma experiência diferente. Na última reunião, eles estavam falando uma coisa, estavam elogiando um *chef* de cozinha, rapaz muito novo, que faz umas coisas interessantes. (...) Eu to com vontade de fazer uma surpresa pro grupo, de chamar esse rapaz”. (Mario, aposentado)

“Eu gosto dessa exploração, buscar receita, acho que receita tem muito a ver com cultura, eu gosto disso. (...) Vi como uma oportunidade de aprender sobre esses países (pesquisar sobre pratos típicos dos países contra os quais o Brasil jogou na Copa de 2006), Croácia tem uma costa quase do tamanho da brasileira. (...) Eu topo o risco de fazer alquimia, de fazer experiência. (...) Tem um prato típico num lugar perto de Curitiba chamado Barreado. Pannelas de barro. Você pegava carne não muito nobre, e pegava numa panela com temperos, cozinha de um dia pro outro, no dia seguinte você servia aquilo. Duas horas de Curitiba pra ir lá, a gente foi para comer, valeu a pena, a gente não esquece isso... (...) As pessoas chegando, conversar, fazer sala, é um desafio, dá uma adrenalina essa história... dá... dá uma adrenalina... é multitarefa, tem que pensar em um monte de coisas ao mesmo tempo...” (Leandro, analista de sistemas)

“Às vezes, me interesso particularmente por uma região, ou por um ingrediente, aí fico ali, tentando desenvolver método de preparo, e também aumentar o conhecimento a respeito daquele ingrediente, é divertido... Exploração total...” (Rafael, cineasta)

“O nome (da cozinha de aluguel) foi sugerido por uma pessoa que disse que o que ele queria fazer era uma alquimia, e alquimia é o estudo da química. Então a alquimia voltada pra arte de cozinhar: descobrir, misturar, criar, experimentar, testar. (...) Gosta de uma novidade (o público “gourmet”). (...) São pessoas que querem aprender coisas diferentes”. (Marcelo, empresário)

“... sobretudo transitar pelo diferente... As comidas regionais, cada vez eu fazia uma coisa diferente... (...) E aí, agora nesse momento da minha vida que a gente tem que estar sempre buscando coisas novas... (...) Nós já tivemos o momento do risoto, por exemplo, em que todo final de semana fazia um risoto diferente. (...) Eu agora eu estou numa busca por um prato de barro, são umas vasilhas de barro. (...) Eu comprei um livro, ele é de origem acho que austríaca se eu não me engano, e esse prato de barro você põe de molho, de manhã cedo, depois tira do molho, você põe um frango lá dentro com alecrim, um pouco de sal grosso, e põe no forno, que ele tem tampa. Fica assado, deslumbrante, maravilhoso, sem uma gota de gordura. (...) E aqui no Brasil não tem nada. Eu tenho um livro de receitas, quero ver como é que eu consigo as panelas, de repente vou inventar até de dar uma aula, vou me aventurar, fazer uma aula dessas. Se eu comprar umas três ou quatro panelas e tal... Ninguém conhece, é uma coisa legal. Aliás, até os *chefs* não conheciam. (...) Cozinha considero uma alquimia. Você pega um negócio, vai jogando lá dentro... Sobrou você mistura, outra alquimia da sobra e assim vai”. (Vera, psico-pedagoga)

“Toda viagem que eu faço, por exemplo, fui dar um curso em Roraima, eu saio de lá com uma receitinha. (...) Uma vez fui pra Tiradentes, pra um festival gastronômico de Tiradentes. São varias tendas, às vezes *chefs* de fora, e cada pousada, cada restaurante tem um evento, tem aula na praça, um barato. Se eu viajo pra algum lugar, eu quero saber como é a culinária do lugar. Isso pra mim é um atrativo a mais sabe... (...) Um sanduíche pra mim nunca é um sanduíche... Eu ponho azeitona, aquela pimenta que parece malagueta... (...) Eu morava num alojamento da faculdade na Itália, e uma vez eu fiz uma feijoada. O feijão não era preto, a carne era muito cara, foi improvisado...” (Cristiane, consultora de marketing)

Isto está de acordo com uma das características do indivíduo pós-moderno, que é a busca constante por experiências (Firat, Dholakia e Venkatesh, 1994). Ele deseja ser um produtor de experiências e significados, o que considera muito melhor do que consumir produtos acabados (Cova, 1996). Afinal, “não é muito melhor cozinhar para os amigos do que encomendar uma comida em um bom restaurante ou até contratar um cozinheiro?”

Seguindo ainda nesta linha de experiências diferentes e compartilhadas, está a questão da prática da criação de ambientes temáticos. Diretamente relacionada às comidas étnicas, tal experiência pareceu ser bastante comum e almejada em algumas entrevistas realizadas:

“Nas cozinhas étnicas, com certeza é preciso buscar ambientes que remetam. Tem que investir no visual: requintado, com luz, decoração... A lembrança precisa se forte”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“O que eu faço muito é evento temático. (...) A gente sempre pensa na comida e no grupo que a gente está oferecendo. Por exemplo, para amanhã, é um ambiente mais informal, então a gente vai usar umas toalhas verdes com uns detalhes pretos. Por exemplo, para a Confraria do Porco Preto, os porta-guardanapos vão ser de rolha, estou fazendo... Ainda vou pendurar uns cachos de uva... Se for um almoço italiano, eu tenho fitas verdes e vermelhas que eu boto lá... Eu não consigo viajar sem trazer... Agora estive em Paris, trouxe potinhos que parecem panelinhas de ferro pra tomar uma sopinha”. (Mario, aposentado)

“Posso contar uma história rápida? Na última copa do mundo, Brasil ia jogar contra vários países na eliminatória. Ele jogou contra Austrália, Irlanda, Croácia e Gana. Então resolvi fazer um prato nacional de cada país. Internet. Da Austrália fiz uma tortilha, com carne fatiada, molho inglês, massa folheada e uma sopa de ervilha, eu fiz. Pra mim, pra minha esposa e pro meu filho. Ai Gana, não achei nada na *Internet*, ai achei um americano na Internet que tinha uma pasta sobre comida. Um arroz que eles fazem, um arroz complicado. Nesse dia eu tava com a família, e a família adora esse prato. Ele tem camarão, frango e carne de porco e lingüiça. O molho fica um pouquinho com gosto de churrasco queimado. Pimenta. E o outro foi Croácia. (...) Aí a última, o Brasil ia jogar contra a França. Eu gosto de complicar, então falei “tem que ser uma coisa da onde o Zidane veio”. (Leandro, analista de sistemas)

“Ah se puder, sempre... Usar toalha xadrex e branca, vermelha e branca num italiano, ah, eu acho que completa muito”. (Vera, psico-pedagoga)

É possível traçar um paralelo com o conceito de hiper-realidade, uma das principais características do consumo pós-moderno (Eco, 1987, apud Goulding, 2003; Firat e Venkatesh, 1995; Cova, 1996; Brown, 2003).

Firat e Schultz II (1997) sugerem que o indivíduo pós-moderno deseja trazer para o presente experiências excitantes de diversos padrões espaço-tempo sem as dificuldades do dia-a-dia. Sendo assim, promovendo almoços e jantares temáticos, os gourmets constroem experiências excitantes de diferentes ambientes e épocas sem a necessidade de estarem presentes naquele ambiente e tempo de fato. Algo do tipo “Já que não podemos ir a Itália hoje, porque não criar a Itália dentro de casa com meus amigos?” Nesta experiência, em que produtos consumidos são seus próprios significados simbólicos (Cova, 1996), as massas, os vinhos italianos, as fitas vermelhas e verdes e as toalhas xadrex estão ali representando todo o significado simbólico que os indivíduos possuem a respeito da Itália e de “estar na Itália”.

Preocupação estética e aparência são outros componentes encontrados no comportamento dos indivíduos pós-modernos (Casotti, 2004), mais importantes do que a dimensão funcional e a tecnologia (Cova, 1996). Tais componentes foram observados também no comportamento de vários informantes. São elementos que geram o reconhecimento entre os membros do grupo (Casotti,

2004), por exemplo, pratos bem apresentados indicam que aquele que o preparou possui conhecimentos gastronômicos.

Possivelmente, uma das explicações para o prazer de alguns gourmets ao cozinhareem para outros gourmets esteja aí: um gourmet reconhecerá outro gourmet ao apreciar visualmente e comer a comida feita por ele. Ilustremos a preocupação estética através de alguns depoimentos:

“Há certamente um peso importante da decoração. Imagine um prato limpo e colorido em um restaurante sem graça. Imagine um quadro lindo em uma parede branca ou em uma parede trabalhada”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Não sirvo empratado não... Trago uma travessa, mas trabalhada esteticamente, por exemplo, uma carne bem cortada”. (Heloisa, bibliotecária)

“Estética do prato é importante. Fundamental. Tem que ser bonito. Primeiro tem que ser bom, mas também tem que ser bonito”. (Flávio, engenheiro)

“Estética do prato é importante, tem que ter todos os sentidos. Senão não desperta a vontade de comer, só depois da primeira garfada. Precisa ter uma apresentação, não ser decorado necessariamente. Servir empratado, você não joga tudo ali. Aí você faz uma graça: disposição no prato, ele tem que ter volume e não ser chapado, e tem três ou quatro pra não ficar feio. Não precisa jogar caramelo pra ficar bonito...” (Ricardo, economista)

“Outro dia fiz uma polenta, mas na hora de botar no prato, peguei uma forminha. Dá mais graça. Uma outra coisa que a gente tem que tomar muito cuidado é a decoração. A gente não consegue não comprar coisa pra decoração. Vou ao Nordeste, não consigo voltar sem sobre-toalhas para a mesa...” (Mario, aposentado)

“Porque acho que fica mais atraente, você começa a comer pelos olhos, a apresentação é a primeira coisa que te atrai. (...) Simplesmente como dispor num prato, se vai servir fatiado, como é que vai expor esse fatiado, não botar de qualquer jeito, se vai servir uma salada como é que você vai dispor a salada, se você vai servir um risoto, colocar um tomatezinho em cima...” (Leandro, analista de sistemas)

“Você come com os olhos. A imagem é muito importante, não pode apresentar uma gororoba. Faz uma decoração e as pessoas elogiam, querem aprender a criar a decoração. Comida japonesa é um exemplo disso, tem toda uma técnica de colocar tudo em número par. Você tem que montar um barco ou peixe. Na culinária japonesa começou a preocupação com a decoração diferente, o público começou a exigir isso”. (Leandro, empresário)

“Sempre procuro colocar de uma maneira atraente”. (Cristiane, consultora de marketing)

“... eu acho que a apresentação é fundamental, tem que ter até para você chegar “O que que é isso aqui que você botou, que você fez?” “Ah, isso daqui é a verdura que é importante pra cortar o ácido disso, refrescar...” (Vera, psico-pedagoga)

Cabe mencionar que pareceu bastante forte também a relação entre a estética e a presença de todos os sentidos ao apreciar uma comida:

“Experiência gastronômica é uma refeição que fique na memória. Impacto visual, gosto, ambiente, luminosidade, sabores, contraste de sabores e de texturas... é um conjunto de sensações. (...) A primeira impressão é olfativa. Por exemplo, antes de comer você já sente os pratos que levam canela. O que é bonito, é limpo, seguro e gostoso. Mas claro que não basta ser bonito: o paladar é soberano”. (Julia, professora de gastronomia)

“É um conjunto de tudo. A primeira coisa é o olhar, depois vem o cheiro”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Você começa comendo com os olhos. De longe, ele vai chegando, você não sentiu nenhum sabor ainda, nem o cheiro, nem o tato... (...) Uma vez um *chef* na TV, ele fez sorvete azul, lasanha azul, bife azul, e chamou as pessoas pra comer, uma sensação horrível! Aquelas coisas azuis, a comida podia estar deliciosa, imagina um prato que você goste, tudo azul. Não é natural, você é atraído”. (Leandro, analista de sistemas)

“Muito importante (decoração) porque eu acho que, questão visual ela certamente te instiga. Uma comida bonita, ela é mais legal de se experimentar, não tem jeito...” (Rafael, cineasta)

“Quando meu marido fez sessenta anos eu contratei um casal que faz *paella*, que pode até fazer dentro desse apartamento se ele quiser. É uma panela do tamanho daquela mesa, dependendo do número de pessoas né... E ele manda botar uns tijolos, não estraga o chão não acontece nada. Essa coisa da apresentação, do cheiro, eles são os campeões. Porque eles trazem tudo no pré-preparo né... Tudo em *tupperware*, direitinho, arrumado, limpo. Aí começa, “vou começar, aí ele joga latas de azeite, aquelas latas de 5 litros, aí aquilo tudo caindo na panela (ela faz o som). Já é um *show*. Eu tenho as fotos do aniversário do meu marido, que eu fiz questão de fotografar em seqüência as coisas. Tão legal... Eu queria fazer, eu gosto, mas... o cheiro que começa a vir quando cai a cebola, azeite, começa a esquentar, e eles mexendo com aquele colherão gigante... Aí chega a hora do caldinho, você tá babando... Bota caldinho no copo pra você beber, ir experimentando o caldo da *paella*. E aí ele vai colocando, até que no final, pra cobrir, ele põe uns camarões que são deste tamanho arrumados. Você imagina o prato é um prato do tamanho disso, isso tudo, profundo... Aí o primeiro prato especialíssimo é do aniversariante, eles dão. Depois todo mundo vai e se serve, se acaba de servir. Gente, você foi convidada, convidada para comer...” (Vera, psico-pedagoga)

“É super importante (estética), porque você come com os olhos, são sentidos diferentes. Você tem o olfato, o crocante, a textura, você estimula tudo, é importante”. (Cristiane, consultora de marketing)

Além do paladar, visão e olfato aparecem como elementos relevantes na apreciação da comida. Isto vem ao encontro da ideia de Damatta (2001) de que, ao comer, estes três sentidos operam simultaneamente, ou pelo menos olfato e paladar, de acordo com Ackerman (1996). O relato da *paella* durante o aniversário do marido de uma das informantes se encaixa perfeitamente como o exemplo de experiências sensoriais que Gobé (2001) cita.

4.4.

O papel da mídia e a existência de modismo e consumismo em torno da gastronomia

De um modo geral, os informantes parecem concordar que gastronomia é um tema em moda atualmente, e que, dentro deste contexto, os *chefs* de cozinha ganham uma conotação de celebridades. Este consenso está em sintonia com Câmara Cascudo (1983), que sugere o termo “comida de grife”.

“Gastronomia está na moda sim, até porque o consumidor hoje está muito mais exigente do que há 30 anos atrás. Comia-se uma carne e estava tudo bem. Não havia requinte em legumes, por exemplo, como existe hoje. (...) A gastronomia tem sido muito divulgada. Os grupos se reúnem, esse hábito não é tão novo, esse amigo por exemplo fazia há 15 anos atrás, mas recentemente aumentou a quantidade”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Hoje em dia qualquer revista, jornal, tem algum *chef* dando entrevista, alguma receita, algum comentarista. (...) Na minha opinião, a gastronomia começou a despertar interesse nos brasileiros de cinco anos pra cá”. (Julia, professora de gastronomia)

“Acho que está na moda. *Chefs star*, parecem modelos. Nunca tiveram esta conotação. *Ferran Adriá*, nunca teve um marketing em cima destes caras”. (Ricardo, economista)

“Tem um lado bom, porque as pessoas começaram a se interessar em comer pela comida, começaram a se interessar por fazer compras, e ter mais acessos a ingredientes, receitas, programas de TV, tudo isso”. (Rafael, cineasta)

“Gastronomia está na moda, não sei porque... Moda não se sabe explicar o porquê. Mas eu sinto. Tem mais cursos aparecendo, até curso de graduação está crescendo. (...) A prova de que a gastronomia está crescendo é a quantidade de crianças dos 8 as 16 anos dizendo que querem ser *chefs* quando crescer. Com 15 anos já cozinham, criam, trocam ideias... (...) Todo lançamento imobiliário tem um espaço gourmet. Piscina, sauna, espaço infantil, cinema e gastronômico”. (Marcelo, empresário)

“Há um modismo grande. Há um *boom* de cursos gastronômicos, de cozinhas novas, cozinhas modernas e tudo o mais...” (Vera, psico-pedagoga)

“Está na moda porque é social, é um motivo pra se encontrar e experimentar ingredientes novos. Está muito em moda, pode ser até modismo. Muito programa na TV mostrando culinária, tudo isso incentiva. Está tanto que pode até ser modismo. (...) Não é possível que um purê de cajá com hortelã e ovas seja maravilhoso, não é possível isso, um exagero. Os *chefs* estrelas se destacam pela inovação, acho um pouco de estrelismo, eu acho”. (Cláudia, administradora)

Além disso, muitos deles se esforçaram em diferenciar aqueles que realmente apreciam e entendem de gastronomia – os verdadeiros gourmets – daqueles que curtem gastronomia por um simples modismo. Foi bastante freqüente a crítica à supervalorização dos *chefs* de cozinha pela mídia. Por último, fizeram questão de deixar claro que fazem parte do primeiro grupo descrito acima e de se distanciar ao máximo das características do segundo grupo:

“Frequentei aulas de degustação na casa do *Pierre Landim*, há alguns anos atrás. A cada vez que ia, era um novo grupo, mas era sempre o mesmo assunto: vinhos, França, parecia que cada uma queria aparecer mais do que a outra. Acho até que a motivação do grupo era aprender, mas também achavam bonito ter um *chef* francês cozinhando para elas, além de quererem se reunir com outras pessoas. Achava os grupos um bando de dondocas, e não tinha empatia nenhuma”. (Julia, professora de gastronomia)

“*Chef* é como publicitário: alguns resolvem que são estrelinhas e pronto. (...) Não sei se está tão na moda assim... Jornalista precisa inventar matéria. (...) Eles precisam inventar um cara, então eles inventam. (...)” (Denis, diretor de marketing)

“... aqui todo mundo entende de comida, mas ninguém sabe nada. Infelizmente não temos bons profissionais que podem julgar a gastronomia. Um cola atrás do outro por causa de moda, tendência, mas sem o conhecimento que um gourmet deveria ter. Um ou outro até conhece. Tem apresentador de TV que diz que conhece tudo de vinho, mas só conhece uma parte, de uma região. Mas infelizmente aqui, o que conta é o poder da popularidade. Impõe as pessoas a acreditarem. (...) Mídia criou esta moda no Brasil. Antigamente não havia *chefs* famosos. (...) Quanto mais presente na mídia, mais você sobe. (...) Tem muita gente que se acha por causa de prêmio, de TV. (...) Modismo é a comida *fusion*. Oriental com ocidental, mas as pessoas sem técnica fazem uma confusão danada. (...) Só pra dizer que está na moda e sabe fazer. (...) O modismo que aqui tem, o cara gosta de se mostrar, às vezes ele não entende nada. Uma coisa típica que acontece direto. Gosta de comparecer, de fazer parte. Ele gosta de se juntar com as pessoas, e aí faz de tudo pra chegar lá”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Acho que cozinhar está na moda sim. Mas eu cozinhava antes da moda. (...) Quem não é gourmet é aquele que repete sempre os mesmos pratos no restaurante, escolhe errado, vai ao restaurante da moda sem saber avaliar e sim porque é o da moda. (...) Tinha um amigo que criticava muito que eu cozinhava, agora que está na moda ele fica atrás de mim: “Quando é que você vai fazer aquele pato?” Tem muita gente que gosta de dizer que vai para a cozinha porque está na moda cozinhar ou porque gosta de receber, mas muitas vezes não sabe fazer nada. São pessoas que não se emocionam com aquilo, gostam daquilo de forma burocrática. É como arte: tem aqueles que fingem que gostam, até entendem, mas não se emocionam de verdade. (...) Modismo ou dizer que sabe para aparecer tem muito, principalmente com vinho. Até o meu filho, que trabalha no mercado financeiro no meio de gente sofisticada se mete a falar de vinho, mas na verdade não sabe nada. (...) Não gosto de grupos pré-formados para discutir ou degustar, acho tudo muito falso. Vinho tem muito isso”. (Heloisa, bibliotecária)

“... a novela mostra uma comida e aí todo mundo quer comer aquilo. (...) Na minha turma, no meu ambiente, nunca tem isso (círculos de degustação, confrarias). Nada dessa coisa.” (Flávio, engenheiro)

“... então os caras começam a cozinhar com 40, 50 anos, fazem como *hobby*. (...) É um *hobby* construído. (...) Essa coisa que está acontecendo, as pessoas aprendendo, cozinhando em casa, isso é positivo sim, acho bom”. (Italo, correspondente internacional)

“Eu não acho que quem cozinha cozinha porque ta na moda não... Eu acho que tem mais incentivo pras pessoas cozinharem, talvez seja um pouco *fashion*, assim Ah vamos cozinhar”. (Leandro, analista de sistemas)

“Eu acho que as pessoas se acham importantíssimas... Tudo o que não é legal do ser humano que a gente vê todo dia em qualquer profissão que acompanha o estrelismo... (...) Esses volantes, vamos dizer assim, sempre tem uns três ou quatro, eles vão à aula (de culinária), mas é assim: “Eu nunca comi bacalhau na minha vida, tenho pavor, não sei nem olhar um bacalhau.” Então quer aprender a fazer. “Eu nunca fiz isso”. Acho que faz parte daquela porcentagem do modismo. Pra ficar “in”, eu tenho que fazer um cursinho de gastronomia”. (Vera, psico-pedagoga)

“... acho que essa coisa do *chef* celebridade que existe, aqui no Brasil e principalmente lá fora, gerou uma coisa que até muito pouco tempo não existia, que é o fato do cozinheiro ser um cara famoso. Tudo bem que a gente vive num mundo de celebridades, mas é complicado também ao mesmo tempo pensar que um cara que a maior qualidade dele é cozinhar, não tem qualquer outra coisa, passa a ser muito importante para a sociedade, sei lá... (...) É pela palavra “*chef*”, as pessoas querem... (...) O problema é a glamourização da palavra (gourmet) que eu não gosto muito, eu costumo achar essas coisas assim de *chef*, gourmet, gastronomia, coisas que de uma hora pra outra ficaram tão na moda, tão presentes, eu não sei, eu tenho uma certa implicância, mas aí é bobeira minha...” (Rafael, cineasta)

Cabe mencionar ainda que alguns deles criticaram o consumismo que segundo eles existe por trás, mais uma vez se mostrando avessos a estas características:

“Tem pessoas que fazem questão de usar (utensílios alemães), os “malucos” que são voltados pra esse tipo de coisa”. (Denis, diretor de marketing)

“Tem que ver as qualidades dos produtos. Tem pessoas que gostam, mas não sabem porque gostam. Você vai à casa de um cara, ele tem um fogão de última geração, você acha que ele sabe cozinhar. Não sabe nada. (...) Ele vai pela onda de alguém. Compra o azeite de trufas que custa 200 reais, ou o azeite balsâmico verdadeiro de garrafinha de 50ml, o verdadeiro balsâmico. Pelo menos ele está usando produtos de qualidade, mas tem que ver se ele sabe usar e se sabe porque comprou. Compra na onda de alguém, querendo mostrar que em casa tem produto “fulano de tal”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Gourmet é um termo muito mais de consumo do que de prazer e alegria. Chamam de gourmet quem gasta muito, e não quem gosta. Gostar eles gostam, mas está mais ligado ao consumo do que outra coisa. Porque a qualidade que eles consideram é do que é caro, e não do que é bom. Tem muita coisa boa que não é cara. (...) Coisas simplérrimas, saborosíssimas, ninguém dá valor, ninguém quer, só querem o sofisticado, no mal sentido. (...) Hoje tudo é modismo de consumo, e não a moda do prazer. (...) Quando as pessoas compram uma massa italiana no Empório Santa Luzia, eu estou tentando fazer a massa em casa. É só comprar o trigo direito, nada mais. As melhores comidas são essas, mas as pessoas não querem. (...) Já fiz prato principal que era manteiga: nada de President francesa, e sim manteiga feita em casa”. (Flávio, engenheiro)

“Café nunca foi assim uma coisa do Rio, agora você escuta, tem baristas, não sei se isso é natural da nossa cultura ou se é imposto pelo business, pelas empresas. Então criam necessidades... Ingredientes, comida, cursos, *workshops*, essas coisas... Quem tem mais dinheiro, é *fashion* chamar o *chef* na sua casa... Acho que é *fashion* isso... Esse tipo de comida eu não faço... (...) Mas tem sim, essa coisa do sofisticar”, e isso não tem nada a ver com cozinhar bem ou com comida boa”. (Leandro, analista de sistemas)

“Dentre as pessoas que gostam de culinária, tem as pessoas que curtem “Ah a panela Creuset...”. Eu não sou assim, eu pego qualquer panela (risos). Mas aí tem aquelas pessoas mais metódicas, tipo de equipamento, eu sou assim meio intuitiva, e a prática vai te dando o que que combina, o que não dá certo. (...) Apesar de conhecer, ter tido contato, não me atrai muito essa coisa assim de ter o melhor equipamento...” (Cristiane, consultora de marketing)

“Pra quem curte gastronomia por modismo, isso vai passar. Eu curto culinária independente do modismo, vou curtir sempre. Mas tem gente que vai nesses modismos, foi o vinho, agora a “bola da vez” é café. São pessoas que até gostam, não estou dizendo que não gostam, mas gostam enquanto durar a moda. (...) Vai ter uma galera que vai gastar o que tiver que gastar pra estar a par da melhor culinária da cidade naquela época, São Paulo então tem mais isso ainda que o Rio”. (Cláudia, administradora)

É possível fazer uma associação entre os relatos e a premissa de que o consumo pós-moderno é dominado pela mídia de um modo geral (Harvey, 1994). Na opinião de vários informantes, a mídia se mostra poderosa a ponto de ter criado o *chef* celebridade, estrela, um novo herói da mídia. Alguns deles sugerem inclusive que a moda, ou o modismo da gastronomia tenha sido criado pela mídia.

Uma consideração a ser feita a partir dos trechos citados é a possível existência de dois sub-grupos dentro da tribo dos gourmets que cozinham, ou de duas tribos podendo até ser uma tribo dentro da outra: aqueles que já eram gourmets antes da moda gastronômica e os entrantes recentes, motivados pelo modismo e que, através do consumo, buscam criar imagens espelhadas nos primeiros - os “gourmets originais” - ou até nos *chefs* celebridade, em termos de estilos de vida e emoções (Cova, 1996, 1997; Cova e Cova, 2002).

É possível que este segundo sub-grupo seja caracterizado por uma maior instabilidade, elemento presente nas tribos pós-modernas segundo Maffesoli (1987; 1993, apud Cova, 1997), Cova (1996) e Cova e Cova (2001), apesar do primeiro sub-grupo provavelmente também ser instável não em suas emoções, mas em suas práticas rituais. Em outras palavras, sugere-se aqui que membros da “tribo original” de gourmets dificilmente mudarão no que se refere à sua paixão e forte ligação emocional com a gastronomia, construída sob pilares ancestrais, mas eventualmente podem afastar-se da tribo por fatores como, por exemplo, a diminuição na frequência de cozinhar por falta de tempo, mencionada em entrevistas por alguns informantes. Já o segundo grupo, uma vez que se associou à tribo gourmet por razões “superficiais” como aparência e busca por novas experiências, tem maior probabilidade de perder seus membros para outras tribos (Maffesoli, 1987), ou pelo menos com maior rapidez, seguindo o fluxo constante que as comunidades pós-modernas apresentam (Cova e Cova, 2001).

Alguns informantes criticaram o sistema de consumo de bens e serviços a serviço das ligações sociais (Cova, 1995, apud Cova, 1997), no entanto isto pode ser entendido como uma contradição: como a própria definição de gourmet indica – conhecedor de comidas e bebidas sofisticadas – sua relação com o consumo de bens e serviços com significados simbólicos é direta. Mesmo criticando um possível exagero no consumismo e glamourização da gastronomia, é o consumo de determinados ingredientes, por exemplo, que faz com que eles sejam gourmets

por definição e sintam-se parte da comunidade dos gourmets, ainda que de forma virtual (Belk e Bryce, 1993, apud Cova, 1997; Cova, 1996).

4.5.

Valor de ligação, sinais de inclusão/exclusão e locais de identificação

Conforme sugerido anteriormente, gourmets são definidos como “conhedores de comidas e bebidas sofisticadas”. Sendo assim, pode-se inferir que eles reconhecem-se uns aos outros pelo conhecimento que possuem, ainda que uma parte deles critique o glamour e consumismo que existe por trás dos “novos gourmets”.

O principal objetivo desta última etapa da coleta de dados foi descobrir a existência de valor de ligação em produtos e serviços e quais produtos e serviços são esses para os gourmets que cozinham.

“Os produtos que mais identificam um gourmet são as facas que ele usa. Quem conhece, usa Tramontina, uma marca conhecida do Sul ou as facas japonesas. Facas boas chegam a custar 60 reais”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Queijo *brie* Bonjour de France, vinho de garraão, eu uso Miolo. Cachaças pra usar na comida. A boa é a Lua Cheia. Além disso, azeite, vinagre balsâmico italiano... Azeite Borges é uma boa relação custo benefício. Panelas Le Creuset são as melhores, ou de aço inox, não me lembro assim de uma marca específica... Bom, apesar de que eu prefiro as panelas de alumínio quando cozinho, preferência minha. Chocolate pra cozinhar é Nestlé ou Garoto”. (Julia, professora de gastronomia)

“WMF são utensílios alemães de altíssima qualidade, por exemplo facas, conchas, colher grande... (...) Batedeira. (...) Tem o cara que curte comprar panelas! Uma vez eu trouxe trufa da Itália, liguei pra um amigo convidando pra comer uma massa trufada, mas não é o dia-a-dia”. (Denis, diretor de marketing)

“Azeite, só italiano. (...) Facas Tramontina realmente não são boas para o padrão mundial, são boas para o Brasil. Já quebraram várias facas na mão. Não é super bom! Gosto de panela com triplo fundo, não cozinho em aço. Faca japonesa ou alemã. Boa é a marca alemã que tem o tridente, não me lembro da marca... (...) Se o azeite for ruim, é melhor usar uma boa manteiga, ou vice-versa. Senão estraga o prato. (...) Cliente continua perguntando que azeite é, você se torna um produto de referência para seus clientes. Quem arroz é... Aí você dá as dicas de onde comprar”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Em primeiro lugar, são as facas! Panela também, só Tramontina, até porque panela de alumínio dá *Alzheimer* e câncer. Panela de ferro é ótimo. Temperos...” (Heloisa, bibliotecária)

“... porque comprei um feijão fantástico, uma farinha de mandioca da estrada. (...) Uma pimenta mexicana, uma comida especial encontrada na Europa... (...) Quem cozinha tem faca amolada. Faca de corte. Sem faca ninguém cozinha. (...) Azeite que não levou detergente nem foi esquentado é virgem e é embalado em vidro. Virgem e extra virgem são bons, compre sempre o mais barato”. (Flávio, engenheiro)

“Faca com certeza é fundamental...” (Adriana, arquiteta)

“Não faço massa em casa, porque gosto de massa seca. Compro de grão duro. (...) Para comida italiana, os melhores ingredientes são os italianos. Tomate e azeite importados. O que é fresco é sempre melhor. (...) Fogão com bocas diferentes. Isso é fundamental. De acordo com o tipo de comida. (...) Facas! Difícil, porque são caras, tem que cuidar dela (afiar), é investimento pra quem cozinha, pro corte de um filé de peixe, de uma cenoura...” (Italo, correspondente internacional)

“As facas maneiras dizem se você cozinha, e a quantidade e qualidade de panelas. Fogão maneiro, com cinco bocas... (...) Arroz arbóreo, arroz de jasmim, óleo de gengibre, pimenta moída na hora... Não é a marca em si, mas você vê que o cara não tá ali de brincadeira”. (Ricardo, economista)

“... os temperos que a pessoa tem... (...) E outra coisa, tenho descascador de batata especial. (...) Panela! Comprei uma panela na França, uma panela muito especial. (...) Facas”. (Mario, aposentado)

“Ela foi pra Espanha, comprou um açafreão. (...) A outra coisa é ter instrumentos pra fazer isso. Os instrumentos que me vem à cabeça são panelas e facas. (...) Panelas porque demonstram uma variedade. (...) Você não faz um monte de coisas numa panela só, não faz. (...) Não interessa a idade da faca, eu gosto daquela faca. Eu comprei uma faca alemã, porque queria comprar, porque essas coisas você faz também, né, gasta, mas é o prazer de usar aquela faca. Cozinha tem que ter ferramentas”. (Leandro, analista de sistemas)

“Utensílios eu diria boas facas e boas panelas. É o básico do básico, se você gosta de cozinhar, se você cozinha com regularidade, você não vai adiante se não tiver facas legais e panelas legais. Aí vai começar aquela infundável lista de “Ah, mais pó, tem que ter também um tabuleiro, um pegador, uma colher de pau, tem que ter...”. Mas “basicão” acho que é isso, faca boa. (...) Geralmente, o fogão indica muito, tanto o fogão em si, a qualidade dele, se ele é legal, já é uma indicação de que a pessoa tem interesse”. (Rafael, cineasta)

“Ah ingredientes! Os ingredientes falam muito de quem sabe, mais do que utensílio... Os utensílios, acho que são em seguida. Você para executar, você precisa dos bons parceiros ali né... Mas eu acho que ingrediente é fundamental. O requintado na cozinha tem determinados ingredientes que invariavelmente você não vai achar em outro lugar. Temperos, acho que são importantes, os mais variados. (...) Temperos muito especiais, tipos de arroz, de macarrão, de massa né, macarrão genericamente mas de massa, e aí entram também os utensílios. Marca, olha, eu acho que quem é bom, pega uma massa qualquer. Utensílio também é muito interessante, porque tem coisas que facilitam muito. (...) Faca eu acho um ícone. Eu acho um ícone. Fui à Nova Iorque agora, procurei demais da conta e não achei, porque o americano é diferente na culinária, tenho certeza de que se eu tivesse ido a Paris, teria achado o que eu queria, mas não achei. Inclusive tenho vontade, porque eu ainda não tive tempo de fazer, um acervo assim de coisas importantes de preparo. Esse meu irmão mais novo, por exemplo, ele sabe que eu gosto, então eu tenho moedor de café, eu tenho aquele queimador, chama elétrica pra fazer creme *bruleé*... (...) Tem muito essa coisa da faca, da panela, indicação... E até os próprios *chefs* que dão aula pra gente, eles indicam: “Olha, tem faca que se for cortada aqui no meio, que ela não é de aço...” (Vera, psicopedagoga)

“Eu gosto de comprar massas italianas de grão duro. Tenho muita preocupação com a qualidade, o ingrediente é tudo. (...) Normalmente, quem cozinha tem muito condimento em casa. Tem alecrim, orégano, pimenta, isso a gente sempre tem. (...) Agora, em geral, tem que se ter uma boa faca, um conjunto de facas. (...) E as panelas. (...) Sempre ter condimentos, sempre você consegue inventar alguma coisa em casa. (...) Você provavelmente não vai comprar um molho de tomate Pomarola, vai comprar um Pelatti ou o tomate pelado pra fazer o molho”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Ingredients bons é fundamental. Quem gosta de cozinhar, gosta de mostrar os utensílios que tem. Eu tenho uma batedeira que eu amo de paixão, pra mim é uma obra de arte que eu gosto de exibir. (...) Boas panelas e três facas eficientes, acho que é isso”. (Cláudia, administradora)

Certamente a faca foi o produto que se mostrou mais aparente neste momento das entrevistas, não só por ter sido mencionado por diversos informantes de forma espontânea, mas também pela força das expressões em que foram citados: “Os produtos que mais identificam um gourmet são as facas que ele usa.”, “Em primeiro lugar, são as facas.”, “Sem faca, ninguém cozinha.”, “As facas maneiras dizem se você cozinha.”, “Você não vai adiante se não tiver facas legais.”, “Mas “basicão” acho que é isso, faca boa.”, “Faca, eu acho um ícone.”

Cabe sugerir que a faca possui um forte significado simbólico entre os gourmets, e que dado que ela gera o reconhecimento entre eles como parte de uma mesma tribo, então ela permite ou suporta a interação social entre os gourmets (Cova, 1995, apud Cova, 1997; Cova, 2001). Sendo assim, faca é um produto que apresenta valor de ligação entre os gourmets que cozinham, e possivelmente é o produto que mais apresenta valor de ligação, ou que apresenta um maior valor de ligação comparado aos outros.

É interessante notar que a marca e origem da faca foram pouco mencionadas. O importante, para eles, é possuir boas facas, sejam elas nacionais ou importadas, e possivelmente não existe uma marca que unanimemente deva ser usada. Cada membro pode ter seu nível de exigência e sua percepção de qualidade: o que eles concordam é com o fato de que ter boas facas é essencial, mas cada um com sua referência do que é uma boa faca.

Panelas, temperos, azeites, tipos de massas e fogões também merecem destaque. As panelas e os temperos parecem ser importantes não só pelos seus tipos, mas também por sua variedade. Afinal, de acordo com os gourmets, “Você não faz um monte de coisas numa panela só”, e “Temperos, os mais variados” e “os temperos que a pessoa tem” são sinais de que aquela pessoa sabe cozinhar, ou símbolos de uma cozinha de um gourmet.

Outra consideração a ser feita aqui é o fato de que as características funcionais foram pouco mencionadas, com exceção do azeite – de vidro, importado, virgem e extra-virgem – e do fogão com sua quantidade de bocas. É possível traçar um paralelo com a ideia de Cova (2001) e Godbout e Caillé (1992,

apud Cova, 1997), de que os indivíduos pós-modernos dão mais importância ao valor de ligação do que ao valor de uso. Outro paralelo que pode ser feito é com a ideia de Featherstone (1995), de que o consumo de bens se dá através de seus signos e não de seus atributos funcionais.

Para concluir esta parte, facas, panelas e temperos apresentam valores de ligação na tribo dos gourmets que cozinham, e seus valores de ligação se sobrepõem a seus valores de uso. Azeite e fogão parecem também apresentar valor de ligação, apesar de seus valores de uso terem sido mais expostos do que no caso dos outros produtos.

Além de produtos, foi interessante ouvir os hábitos que identificam os gourmets e as descrições da cozinha de um bom cozinheiro:

“Quem cozinha não tem tantos eletrodomésticos, porque não precisa, e também tem a cozinha mais arrumada, porque está sempre lá. (...) Quem cozinha não tem comida pronta, tem semi-preparado e faz tudo na hora”. (Heloisa, bibliotecária)

“Tomate fora da geladeira você percebe que a pessoa sabe. Tomate na mesa”. (Flávio, engenheiro)

“Pra mim, a cozinha de um cozinheiro tem alma. É a cozinha viva, que tem vida, que tem alguma coisa, percebe-se um movimento, uma coisa ali. Uma cozinha vivida”. (Adriana, arquiteta)

“É não ter aquele fogão “cacarecado”. A cozinha de quem cozinha nunca está jogada, porque é o ambiente do cara. Tudo mais ou menos organizado. (...) É a diversidade na cozinha”. (Ricardo, economista)

“... a organização, limpeza das panelas... (...) Mas isso deu uma mexida na minha cabeça, fiquei um pouco chocado agora na *Provence*. Eu fui fazer uma oficina culinária na casa de um camarada chamado Eric, e o cara é um *chef* que tem *site* na *Internet*, dá cursos, e eu fui conhecer a cozinha dele. Eu nunca vi nada tão sujo quanto vi na casa dele. Eu tô na cozinha, to lavando a mão toda hora, ele não tem pia na cozinha! Tem que sair pra área, pra lavar!” (Mario, aposentado)

“Tem cozinhas que são muito apertadas, não tem espaço pra cozinhar. Cozinha de pessoas que gostam de cozinhar tem espaço. (...) ...eu gosto de ter espaço pra cozinhar, uma bancada grande... Às vezes, você tem cozinhas muito estreitas, que tem o armário bem aqui em cima, bate a cabeça. Tem cozinhas que você não tem luz, você não tem acesso...” (Leandro, analista de sistemas)

“Hoje em dia eu começo arrumando a cozinha, uma hora antes de começar a cozinhar mesmo eu já limpei, organizei, separei, isso é um hábito bom que eu peguei. (...) Essa bancada fez diferença”. (Rafael, cineasta)

“O sonho de quem gosta de cozinhar é ter uma cozinha grande, uma boa bancada pra trabalhar”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Cozinha tem que estar limpa, sujeira é o fim. O ideal é espaço, bancadas vazias, pra você poder fazer as coisas. Uma cozinha pensada, mas você tem que saber cozinhar pra fazer a cozinha perfeita que vai funcionar pra você”. (Cláudia, administradora)

Dentre outras características, limpeza e arrumação parecem ser fundamentais. Cozinha espaçosa contendo bancada parecem ser também produtos dotados de valor de ligação, pois são sinais de que naquele ambiente se cozinha de verdade, “se trabalha”, nas palavras de uma das informantes.

Pode-se concluir, com base nestas informações, que a cozinha para um gourmet é “coisa séria”. Exige-se limpeza e arrumação como em ambientes de trabalho. Se as comunidades pós-modernas sentem-se em um “lar” nos locais onde exercem seu ritual (Cova, 2001; Cova e Cova, 2002), então a cozinha é como um “lar” para os gourmets.

Vale também mencionar a definição de Pérez e Abarca (2007) para cozinha: o “coração da casa”, onde se prepara a comida e come, sempre na companhia das outras pessoas. Esta pode ser mais uma razão para a cozinha ser espaçosa, arrumada, confortável.

Uma outra situação apontada nas entrevistas foi, de certa forma, a oposta ao valor de ligação, ou seja, os informantes mencionaram quais são os sinais, sejam eles produtos ou hábitos, que excluem um indivíduo da tribo dos gourmets.

“Você percebe se a pessoa compra aquele *kit* de facas nas Lojas Americanas por 20 reais, não é legal”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Passo longe de quem compra 51 e Ipiúna (marcas de cachaça). Quem compra *brie* brasileiro ou não sabe o que está comprando ou é “pão-duro”. (...) Por exemplo, se alguma colega visse um azeite Andorinha na minha casa, eu me sentiria mal...” (Julia, professora de gastronomia)

“Quem não cozinha tem aqueles potinhos na geladeira, resto de comida”. (Heloisa, bibliotecária)

“As pessoas mandam o motorista na feira, a empregada, imagina o que é que não chega em casa. Comem qualquer coisa, isso quando não coloca sal nem pimenta!” (Flávio, engenheiro)

“Tomate e ovo na geladeira não dá. Guardar sal com alho na geladeira ta louco! Até restaurante bom faz isso, de longe você percebe que o alho é velho. Pimenta do reino moída também não dá. (...) Outra coisa que não dá é azeite de lata. (...) De lata vira um óleo, mas não é um azeite”. (Flávio, engenheiro)

“Quem não cozinha, não tem faca. (...) Estou falando de jantar sério, não de amendoim! Sanduíche do Zona Sul, pastinha de atum, que tem igual em todas as festas. (risos) Tem umas coisas que em todos os lugares são iguais. Aquele sanduíche comprido, como chama mesmo? Isso não faço. (...) Geladeira imensa condensa. *Microondas*, pra quê? Esquenta no forminho! (...) *Microondas* fica frio dentro, não tem como. E tem um sabor diferente, identifico até em restaurantes o que saiu de um *microondas*. (...) Deixar a empregada fazer massa? De jeito nenhum. (...) Estrogonofe, salpicão, são condenáveis... (risos)”. (Italo, correspondente internacional)

“Quem não sabe (cozinhar), você vê na cozinha, não é pelos produtos que tem em casa. Aquele cara que usa margarina em tudo. Pra cozinhar nem precisa ser o extra-virgem, mas usa o azeite de mínima qualidade... Você vê pelo jeito da pessoa que ela não sabe nada. Lata de azeite...” (Ricardo, economista)

“... nem todo mundo pode escolher, mas geralmente se o cara escolheu morar naquele apartamento que a cozinha não cabe nada direito, sabe... Difícil dizer, porque às vezes a até a pessoa gosta, mas não consegue. Um amigo meu mora num kitinete, gosta de cozinhar, tem que se virar... Não tem fogão, mas faz umas coisas...” (Rafael, cineasta)

“Uma pessoa que é pouco afeita à cozinha nunca terá itens como tempero, terá sempre o básico, sal, azeite, cebola, alho né...” (Vera, psico-pedagoga)

“Falta de limpeza (indicam uma pessoa que não gosta de cozinhar)”. (Vera, psico-pedagoga)

“Uma alface murcha?! (...) Outro dia, fui a casa de uma amiga, despedida do apartamento dela, fui fazer um jantar lá, e ela não tinha panelas direito, as panelas não tinham cabo. (...) Usar caldo Knorr, estas comidas prontas que vem em saquinho... Tem umas agora que nem vão na geladeira, imagina quanta química tem ali. É pronto. Bolo de caixa, coisas que quem não gosta de cozinhar tem. Maionese, excesso de *ketchup*, isso não é coisa de quem gosta de cozinhar. Lasanha congelada”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Lata de Pomarola pra mim é o fim da picada, porque é horrível! (...) Essas coisas muito prontas demais é esquisito. Molhos prontos da Maggi, em garrafinha Longa Vida, com muito conservante. É muita preguiça demais. (...) Fogão sujo, engordurado, pia suja. É o fim! Você abre a comida e tem um monte de comida pré-pronta, comida congelada”. (Cláudia, administradora)

Nota-se que facas, panelas e temperos, foram novamente citados, seja pela ausência ou pela baixa qualidade. Vale citar também a rejeição a comidas prontas, armazenamento de restos de comida e comidas esquentadas em fornos de microondas.

Seguindo ainda a linha do que os gourmets rejeitam, neste momento da entrevista novamente vem à tona a crítica ao consumismo e aos “novos gourmets”:

Panela não representa nada porque às vezes a panela é maravilhosa e a pessoa nem sabe usar. Um amigo meu comprou uma panela de risoto caríssima, a minha é de barro, baiana, e faz a mesma coisa que a francesa. 600 reais mais barata. (Flávio, engenheiro)

Não acho que ingredientes me indiquem que ela goste de cozinhar, não necessariamente. Tem gente que compra, coloca ali: “você usa isso? Usa e usa bem?”. Besteira, você não compra tanto assim. *Chimichurri*, aquele tempero maravilhoso, mas você compra 100 gramas, estraga... (...) Não é a panela da moda, é variedade de panelas. Não é a panela da moda. (...) Cozinha muito bonitinha, muito arrumadinha, com aço *inox*, pra quê isso? Não me parece uma cozinha de alguém que goste de cozinhar, não é natural. Cozinha é de ferramentas, com outras coisas você tá disfarçando... (...) Cozinha de quem gosta de cozinhar as coisas são usadas, tá tudo usado. Aquelas panelas de cobre todas bonitinhas... Não existe isso. (Leandro, analista de sistemas)

Não necessariamente tem que ser faca cara, WMF. Tem gente que acha que tem que ter três gavetas lotadas de coisas e não usa aquilo nunca. Não precisa, é simples a coisa, entendeu?

(...) O melhor pastel que tem é o pastel da feira. Não precisa de aço inox entendeu? (...) Quem tira um azeite Dona Maria de lata é diferente de quem usa o azeite extra-virgem. (Cláudia, administradora)

Para encerrar esta parte, os informantes mencionaram onde costumam fazer suas compras e que locais são referências para produtos gastronômicos de alta qualidade:

“Locais aqui no Rio para fazer boas compras são o Zona Sul, que tem coisas boas, o Pão-de-Açúcar e pequenas *gourmandises*, existem cada vez mais. Mas o melhor lugar do Brasil talvez seja o Mercado Santa Luzia, em São Paulo”. (Jean, coordenador de um curso de gastronomia)

“Zona Sul... No Horti-fruti, encontramos pratos com coisas já picadas, orgânicos, caseiros, saudáveis, e além disso boas marcas”. (Julia, professora de gastronomia)

“O único mercado que eu freqüento é o Pão-de-Açúcar, algumas vezes o Zona Sul”. (Giuseppe, *chef* de cozinha)

“Lugares bons pra comprar são o Zona Sul e o Pão-de-Açúcar”. (Heloisa, bibliotecária)

“Quando encontro uma coisa boa em viagem, Petrópolis, ou na feira, aí decido o que vou cozinhar. (...) Mercado Santa Luzia é bom”. (Flávio, engenheiro)

“Para produtos importados, Zona Sul. (...) Mercado ofereceria produtos de mais qualidade se tivesse público pra isso. Aqui o hábito de consumo é muito industrializado. Você encontra duas marcas. (...) Em bons supermercados, você pode encontrar bons presuntos, mas é muito mais caro. Em São Paulo. Em São Paulo, há mais lojas também, padarias... Encontram-se três tipos de presuntos e salames diferentes, aqui no Rio não tem como. Aqui se encontrar é caro”. (Italo, correspondente internacional)

“Tem uma grande loja (em Paris) de ingredientes culinários para comidas asiáticas, temperos, tudo separado. Só que é mais caro que o Bon Marche (também em Paris). Aquelas colherezinhas, comprei lá. Eu compro no Humaitá Louças (utensílios). (...) Carne, salmão, eu encomendo por telefone de Pedro do Rio. Aqui tem carne boa, mas é caro. Hoje está chegando uma porção de queijo de cabra lá em casa, 300 reais em queijo de cabra. Queijo de cabra, queijo *chèvre* vem de São Paulo. Acho que a Cadeg é um bom ponto de referência, até em termos de vinhos”. (Mario, aposentado)

“Horti-Fruti tem coisas fantásticas, tem a Sendas... Se eu tivesse que dizer um lugar, eu diria a feira. Quando encontrar um homem na feira, esse cara gosta de cozinhar. Quem gosta vai na feira. Fresco, tem aqueles caras que te fornecem aquilo que você gosta, eu tenho um cara que me fornece cebola. Não acho que seja o Zona Sul ou Pão-de-Açúcar”. (Leandro, analista de sistemas)

“A Cobal tem coisas muito legais, o Zona Sul tem coisas de outros lugares. Casas Rafael, *delicatessen*... Tem um lugar muito legal pra comprar peixe em Copacabana no Posto 6. (...) Peixe super fresco, vou sempre. (...) Quando eu viajo, por exemplo, na Argentina, trago *chimichurri*, em Nova Iorque vou entrar numa *delicatessen* e vou trazer um açafreão. Minha bagagem sempre tem comida. Em Salvador é de lei comprar tarará e comer um acarajé no aeroporto”. (Cristiane, consultora de marketing)

“Pão-de-Açúcar vai desde o simples ao complicado, não há nada que eu não encontre lá. São Paulo é referência, tem tudo o que você precisa. (...) Sempre trago viagem de comida. Quando a família viaja e não traz nada de comida pra mim, eu reclamo”. (Cláudia, administradora)

Apesar das repetidas referências à cidade do Rio de Janeiro, foram espontaneamente mencionados lugares fora da cidade, como por exemplo São Paulo – o Mercado Santa Luzia, grande mercado gastronômico que parece ser referência entre os gourmets não somente em São Paulo – e também localidades internacionais, onde os informantes fazem compras quando viajam. No Rio de Janeiro, foram citados os supermercados Zona Sul, lembrado por seus produtos importados, Pão-de-Açúcar e Horti-Fruti. Vale lembrar que, segundo Casotti (2002), a compra de itens importados está relacionada à conquista de status e construção de identidades.

Vale comentar que, durante as entrevistas, as feiras de rua foram muito citadas pelos informantes ao detalharem planejamentos das refeições e compra dos ingredientes. Entretanto, quando questionados sobre locais ideais para compra de produtos gastronômicos, raramente se lembraram das mesmas, focando-se nas cadeias de supermercados e locais fora da cidade.

É possível que a feira seja importante por seu valor de uso – variedade de produtos frescos - mas não possua valor de ligação como locais mais glamourosos e sofisticados como *delicatessens*, cadeias de supermercados como Zona Sul e Pão-de-Açúcar – localizadas em bairros de maior poder aquisitivo e conhecidas por seu vasto *mix* de produtos importados – e por mercados gastronômicos em Paris e São Paulo.

Uma tentativa de explicação para isso talvez esteja no fato da imagem do gourmet estar muito mais próxima da imagem das lojas sofisticadas citadas acima de que de uma feira ao ar livre, onde se fala alto, convivem feirantes, domésticas e donas-de-casa e barganham-se descontos.

4.6 Síntese da análise de resultados

Com o objetivo de facilitar o processo de análise de resultados, nesta parte do capítulo é proposto um confronto entre os dados colhidos nas entrevistas e os elementos identificados na literatura abordada: as características das tribos pós-modernas e os aspectos relacionados à comida e ao ato de comer.

Visando organizar as informações, a síntese será dividida em três sub-itens. O primeiro e o segundo sub-itens confrontam os dados colhidos com as principais características pós-modernas levantadas nos artigos de Firat e Venkatesh (1995), Cova (1995, apud Cova, 1997; 1996; 1997) e Cova e Cova (2001, 2002). Apesar de tais características terem sido abordadas também por outros autores, foi escolhido este critério pelo fato de Firat e Venkatesh, Cova e Cova e Cova terem sido os autores mais abordados durante a revisão da literatura. O terceiro sub-ítem destaca a possível co-existência de duas sub-tribos gourmets e reforça a existência de bens de consumo que apresentam valor de ligação entre os gourmets. Ao final, uma tabela contendo uma síntese das principais características do consumo pós-moderno aplicadas à comunidade gourmet é apresentada.

Com o intuito de enriquecer a análise de resultados, nesta parte do trabalho, assim como nas partes anteriores deste capítulo, elementos identificados na revisão da literatura sobre comida também foram inseridos ao longo do texto.

- **Principais características pós-modernas abordadas por Firat e Venkatesh (1995)**

- **Hiper-realidade**

A busca por experiências hiper-realistas pareceu ser presente na tribo gourmet assim como ocorre em outras tribos (Eco, 1987, apud Goulding, 2003; Cova, 1996; Brown, 2003; Firat e Schultz II, 1997). Uma vez que os produtos são seus próprios significados simbólicos (Cova, 1996), então é possível reproduzir ambientes temáticos e étnicos em refeições, desde o tipo de comida oferecido até a música, acessórios de decoração e de mesa, dependendo do quanto se deseja reproduzir e proporcionar experiências temáticas. Traçando um paralelo com os dados colhidos, através da hiper-realidade, o gourmet não precisa estar fora de sua região para reproduzir ambientes e comidas de qualquer outra região. Fatores como a existência da Internet, programas de TV e livros internacionais e a realização de viagens aproximam cada vez mais os gourmets deste fenômeno.

o **Fragmentação / Descentralização do indivíduo**

Alguns se mostraram, além de gourmets, flamenguistas, intelectualizados, independentes, apreciadores de fotografia, estudiosos etc. Este é o fenômeno da descentralização do indivíduo, identificado por Brown (2003) e Firat e Venkatesh (1995) ou da fragmentação do indivíduo, identificado também por Firat e Venkatesh (1995). Para complementar esta observação, cabe mencionar que eles demonstram participar de diversas tribos ao mesmo tempo (Cova, 1997; Cova e Cova, 2002) e apresentam diversos papéis que mudam de acordo com a ocasião (Firat et al, 1995; Firat e Schultz II, 1997).

o **Importância estética**

Outro ponto relevante relacionado com a busca por experiências de consumo é a questão estética, ou aparência (Casotti, 2004). Em um mundo em que a imagem predomina no consumo de produtos (Cova, 1996; Firat e Schultz, 1997) e os indivíduos consomem produtos em busca de imagens que lhes ajudem a atingir uma posição vendável (Firat e Schultz II, 1997), a gastronomia representa imagens necessárias para a construção da imagem dos gourmets como eles desejam, seja ela associada à sofisticação, requinte, sensibilidade, arte, cultura, riqueza, ou a mistura de várias destas características.

Neste contexto, pratos bem apresentados, comidas raras, étnicas, difíceis de serem preparadas, bebidas sofisticadas assim como ambientes temáticos novamente são exemplos de elementos fundamentais na construção da auto-imagem tão desejada. O gourmet deseja ser visto como tal e estar associado a todos os significados simbólicos que a definição possui perante a sociedade. Daí a verbalizada necessidade de reconhecimento e elogios de alguns informantes e também o orgulho demonstrado ao serem identificados como gourmets.

o **Experiências diferentes e customizadas**

Da mesma forma como os consumidores pós-modernos que participam de outras tribos, também os gourmets demonstraram que buscam produzir experiências ao proporcionarem um momento especial e uma degustação cuidadosamente preparada por eles. Comprar a comida pronta ou comer em um restaurante torna-os simples alvos (Cova, 1996), diferentemente do que eles buscam.

Desde a compra dos ingredientes, alguns deles já simbólicos, até tornar aqueles ingredientes uma comida de alto valor simbólico e no final compartilhar do prazer de comer com seus amigos, tudo isso pode ser considerado uma experiência customizada de consumo, e desta forma o gourmet se posiciona perante a sociedade. Vale mencionar que são escolhidos os ingredientes e o menu que mais se encaixam no significado que se quer dar àquela ocasião (Brown, 2003), e estes elementos são tão importantes que muitas vezes são eles que geram a decisão de cozinhar para os outros.

Esta experiência inclui, para o gourmet, diversos prazeres: a paixão por cozinhar, o exibicionismo satisfeito através do reconhecimento dos amigos, que o posicionam como um produto vendável (Firat e Schultz II, 1997) e, além disso, a alegria de estar com quem se gosta.

o Construção de imagem através do consumo

A presença de outras pessoas se mostra importante pela motivação social existente, ou seja, porque são pessoas queridas que merecem ser presenteadas, mas este não é o único fator que motiva os gourmets a cozinhareem para os outros. Através da exibição de um determinado menu e daquela experiência de consumo – a refeição – deseja-se transmitir aos outros um estilo de vida, que depois é transformado em projeto de vida (Featherstone, 1995), um modo de ser alternativo (Goulding et al, 2002). Traçando um paralelo com a ideia de Firat e Schultz (1997), é a imagem da comida oferecida, com toda sua raridade e dificuldade no preparo, contribuindo para a auto-imagem e felicidade dos gourmets.

o Paradoxos / Inconsistência

Cabe mencionar também um paradoxo sugerido por Brown (2003) e Firat e Schultz (1997) com relação ao consumo pós-moderno: ao mesmo tempo em que os indivíduos produzem símbolos de consumo, agem como mercadorias. Trazendo isso para a tribo gourmet, as comidas preparadas por eles, customizadas e feitas de acordo com suas experiências próprias, servem como instrumentos para reproduzir as auto-imagens que desejam, de artistas, habilidosos, sofisticados, rebuscados.

Cabe neste momento mencionar que a imagem do gourmet, tão criticada pelos informantes que a relacionam a consumismo e sofisticação, está em sua essência associada a consumo e sofisticação. Afinal, o gourmet, por definição, é um conhecedor de comidas e bebidas finas. Pode-se sugerir a existência de uma inconsistência, característica tão comum entre os indivíduos pós-modernos e possibilitada pelas experiências de consumo (Brown, 2003).

- **Principais características das tribos pós-modernas abordadas por Cova (1995, apud Cova, 1997; 1996; 1997) e Cova e Cova (2001, 2002)**
- **Grupos heterogêneos unidos por emoções, estilos de vida e hábitos de consumo em comum**

Fazendo um paralelo com os dados coletados na pesquisa, é possível sugerir o grupo dos gourmets como uma tribo pós-moderna com suas características inerentes. Independentemente de gênero, idade ou renda, possuem em comum a paixão e dedicação à gastronomia como *hobby*, e orgulham-se do dom que foi herdado dos seus antepassados, em linha com a ideia de Cova (2001) e Cova e Cova (2002) de que as tribos pós-modernas são formadas por indivíduos heterogêneos, porém com emoções, estilos de vida e hábitos de consumo em comum.

Costumam se lembrar com muito carinho de momentos familiares em torno da comida - a “comida das lembranças” segundo Ackerman (1996) – e concordam com o significado especial da comida. Pode-se dizer que estas são as emoções ou sentimentos compartilhados entre os gourmets, característica presente das tribos pós-modernas segundo Cova (1996, 1997) e Cova e Cova (2002).

- **União através de compromissos ritual e simbólico**

Além disso, partindo da premissa de que as tribos se unem devido a um compromisso ritual e simbólico entre os componentes (Cova, 1997), pode-se afirmar que o ritual de comprar, preparar e servir comida aproxima seus membros. Nas ocasiões em que fazem isso, são fortalecidos os valores compartilhados.

o **Busca pela retomada de ligações sociais**

A busca pela retomada das ligações sociais (Cova, 1997; Cova e Cova, 2002; Bauman, 1992; Maffesoli, 1987) pode ser identificada na promoção de encontros com amigos em volta da mesa. Dentre outros fatores já mencionados, a interação social certamente motiva os gourmets a cozinhareem para os outros. Isto vai ao encontro da ideia de Lukanuski (1998, apud Casotti, 2002) de que cozinhar está associado à expectativa de, ao final, comer junto com outras pessoas. Em linha com o significado simbólico da comida, diversos autores sugerem que através das refeições expressam-se relações sociais (Casotti, 2002; Dickson e Leader, 1998, apud Casotti, 2002; Ackerman, 1996; Rozin, 1993, apud Gobé, 2001; Mintz e Du Bois (2002); Booth, 1998, apud Casotti, 2002; Douglas; 1999).

É possível aqui relacionar o significado social da comida, a motivação dos indivíduos pós-modernos por retomar ligações sociais e o hábito dos gourmets de chamar as pessoas para comer sua comida. Se existe uma tendência dos indivíduos se juntarem buscando uma recomposição social e ao mesmo tempo comida possui um alto componente social, é coerente que entender de gastronomia e cozinhar para os outros sejam hábitos tão em voga atualmente. Os dois fatores ocorrendo concomitantemente fortalecem este fenômeno.

o **Abertura da tribo a novos membros versus Regras de participação**

Enquanto a vontade de cozinhar para pessoas leigas em gastronomia indica uma abertura da tribo a novos membros (Cova, 2001), a preferência de alguns gourmets por preparar comida para pessoas dotadas de um mesmo ou próximo nível de conhecimento gastronômico estabelece regras de participação e entrada naquela tribo. Afinal, na opinião de alguns, “alguém que não entende de gastronomia não irá dar o valor merecido a esta comida, portanto, não tem o direito de desfrutá-la”. Vale lembrar que a comida valorizada pelos gourmets indica status e classe social, pois diferencia gostos culinários (Heck, 2004).

o **Membros sempre juntos, mesmo que não fisicamente**

Outro aspecto das tribos pós-modernas que pode ser estendido para a tribo dos gourmets é o fato de que seus membros estão sempre juntos, mesmo que não fisicamente (Cova, 2001). Em outras palavras, os gourmets fazem parte da mesma tribo sempre, e não somente durante rituais de preparo ou refeições.

o **Ciclo de vida das tribos**

Com relação ao tempo, as tribos pós-modernas surgem, crescem, encontram seu momento máximo e então iniciam seu fim (Cova, 2001). Pode-se afirmar que, em função do movimento da mídia e das indústrias envolvidas neste segmento, a tribo dos gourmets está em seu ápice.

o **Falta de comprometimento**

Outra característica das tribos pós-modernas identificada nos gourmets é a falta de comprometimento. Para Brown (2003), experiências podem acontecer sem justificativa, sem a necessidade de contexto pré-estabelecido. Da mesma forma, os gourmets tem prazer em manter a tradição dos almoços familiares de domingo, mas sem a necessidade acontecer em família e nem em data pré-estabelecida. Uma simples vontade de cozinhar pode ocasionar um almoço ou jantar com amigos selecionados de forma subjetiva.

o **Instabilidade**

Instabilidade é outro elemento que merece investigação. Gourmets de fato apaixonados pela gastronomia podem não perder este forte sentimento, mas podem afastar-se da tribo por outras razões, como a diminuição nos hábitos de cozinhar – seja por falta de tempo, outras prioridades na vida, mudanças de cidade, questões financeiras - mudanças em seu estilo de vida ou até por fatores pontuais, como a necessidade de uma dieta alimentar. Já gourmets associados à tribo com o objetivo de construir uma auto-imagem desejada podem facilmente substituir a tribo gourmet por outra (Maffesoli, 1987). Em outras palavras, instabilidade (Maffesoli, 1987; 1993, apud Cova, 1997; Cova, 1996; Cova e Cova, 2001) e falta de comprometimento (Firat, Dholakia e Venkatesh, 1994; Brown, 2003; Cova, 1997) são características inerentes à dinâmica das tribos pós-modernas.

• **A co-existência de duas sub-tribos e a existência do valor de ligação**

Outro aspecto que merece ser mencionado é a possível co-existência de duas tribos formadas por gourmet, ou até mesmo duas sub-tribos dentro de uma mesma tribo: a primeira formada pelos gourmets originais, autênticos, aqueles que já apreciavam a gastronomia e que possuíam o hábito de cozinhar antes do recente

modismo, geralmente influenciados por parentes; e a segunda, composta por membros que “embarcaram na experiência gastronômica” recentemente e por fatores relacionados à construção de auto-imagem.

Os membros do segundo grupo desejam pertencer ao primeiro. Através de suas experiências de consumo, desejam aproximar seus estilos de vida e imagem perante os outros ao estilo de vida e imagem que possuem do gourmet autêntico: arte, sofisticação, bom gosto.

Pode-se sugerir que muitos informantes da pesquisa exploratória fazem parte do primeiro grupo, e alguns do segundo. Membros do segundo grupo foram também bastante mencionados pelos informantes e aparecem na bibliografia de dados secundários, já que a mídia tem explorado com ênfase a questão da moda gastronômica.

Para o segundo grupo, faz parte do *hobby* consumir produtos de alto valor agregado, que servem para demonstrar aos outros como aquele gourmet é sofisticado e especialista em gastronomia. Através dos utensílios e dos ingredientes que possuem em suas cozinhas, estes membros pretendem ser reconhecidos pelos outros como gourmet. Cabe destacar que o fato do segundo grupo ser caracterizado por alto índice de consumo não significa que o primeiro grupo também não seja exigente no que se refere ao consumo de bens gastronômicos.

Por último, vale ressaltar a importância identificada nos bens que possuem valor de ligação entre os gourmets: facas, panelas e fogões especiais, azeites e temperos, cozinhas espaçosas com grandes bancadas, comidas e bebidas finas.

A tabela abaixo sintetiza as principais características do consumo pós-moderno segundo os principais autores e indica, com base nestas características, uma possível classificação do grupo dos gourmets como uma tribo pós-moderna a partir do estudo exploratório:

Principais características pós-modernas abordadas por Firat e Venkatesh (1995)	Indicações da classificação dos gourmets como tribo pós-moderna a partir do estudo exploratório
Hiper-realidade	Eventos temáticos, comidas étnicas, ambientes que remetem a outras regiões.
Fragmentação/Descentralização do indivíduo	Além de gourmets, existem os flamenguistas, os intelectualizados. Cada um deles participa em diversas tribos ao mesmo tempo.
Importância estética	Pratos bem apresentados, bebidas sofisticadas. Receber os amigos em casa faz significa mostrar sua casa, sua cozinha, sua comida.
Experiências diferentes e customizadas	Planejar e comprar ingredientes, cozinhar com prazer, receber os amigos, ouvir elogios.
Construção de imagem através do consumo	Estilo de ser gourmet / reconhecimento.
Paradoxos/inconsistência	Comida - o objeto de consumo - como sendo o instrumento de construção de imagem do gourmet Crítica ao consumismo/modismo em torno da gastronomia, enquanto gourmet por definição está associado a consumo sofisticado.
Principais características das tribos pós-modernas abordadas por Cova (1995, apud Cova, 1997; 1996; 1997) e Cova e Cova (2001; 2002)	Indicações da classificação dos gourmets como tribo pós-moderna a partir do estudo exploratório
Grupos heterogêneos unidos por emoções, estilos de vida e hábitos de consumo em comum	Independentemente de sua idade e gênero, os gourmets tem em comum a paixão pela gastronomia, o hábito de cozinhar.
União através de compromissos ritual e simbólico	Ritual de comprar, preparar e principalmente servir aproxima os gourmets.
Busca pela retomada de ligações sociais	Gourmets proporcionam encontros sociais, Comida possui um forte componente social.
Abertura da tribo a novos membros	O prazer em cozinhar para quem não cozinha.
Regras de participação da tribo	Saber diferenciar e dar o devido valor à boa comida. Sentem-se parte da tribo gourmet em sentimento, não somente ao cozinhare.
Membros sempre juntos mesmo que não fisicamente	Tribo gourmet está em seu ápice em função do movimento causado pela mídia e pelo mercado.
Tribos possuem ciclo de vida: surgimento, crescimento, ápice, diminuição e fim	Decisão sobre um convite para uma refeição em casa não depende de fatos concretos e não tem data certa para ocorrer.
Falta de comprometimento	Gourmet pode perder o interesse pela gastronomia ou o hábito de cozinhar por diversos fatores.
Instabilidade	a) Gourmets originais que tem a gastronomia como tradição familiar ou já curtem há vários anos. b) Novos gourmets que passaram a se interessar por gastronomia recentemente em função de movimento de glamourização recente.
Co-existência de duas tribos	
Existência de produtos e serviços contendo valor de ligação	Facas, panelas, azeites, temperos, cozinhas grandes, bancadas e comidas sofisticadas.

Tabela 3: Principais características do consumo pós-modernas e indicações da classificação dos gourmets como uma tribo pós-modern