

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Especialização em Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”.

LUCIANA PIACENTINI ROSSI

SLOW E FOOD COMO TENDÊNCIA:
Uma análise qualitativa e histórica

São Paulo, 2011

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Especialização em Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”.

LUCIANA PIACENTINI ROSSI

SLOW E FOOD COMO TENDÊNCIA:

Uma análise qualitativa e histórica

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Pós-Graduação-Especialização, para obtenção do título de especialista em “Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”, sob orientação do profº. Dr. Eneus Trindade.

LUCIANA PIACENTINI ROSSI

**SLOW E FOOD COMO TENDÊNCIA:
UMA ANÁLISE QUALITATIVA E HISTÓRICA**

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Pós-Graduação-Especialização, para obtenção do título de especialista em “Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”.

Aprovado pela banca eliminatória em: ____/____/2011

BANCA EXAMINADORA

Prof^{o(a)} Dr. ^(a)

Prof^{o(a)} Dr. ^(a)

Prof^{o(a)} Dr. ^(a)

Dedico este trabalho ao meu avô Pedro Piacentini que me mostrou a riqueza de cultivar os alimentos e à minha avó Edith Morales Piacentini que com suas receitas e livros sempre me inspirou a cozinhar e alegrar as pessoas com delícias para o paladar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente ao meu marido Isaque, por seu companheirismo e apoio, por experimentar minhas aventuras culinárias e pela paciência dele e da minha irmã Tatiana em me aturar falar, antes e durante, sobre o tema da monografia e a toda minha família, que compreendeu minha ausência.

Agradeço ao Prof^o Dr. Eneus Trindade pela atenção e orientação nesse trabalho.

É inútil forçar os ritmos da vida. A arte de viver consiste em aprender a dar o devido tempo às coisas.

Carlos Petrini, fundador do Slow Food

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar as transformações na alimentação humana, durante séculos de história e a forma como o Fast Food transformou a maneira como o ser humano se relaciona com a alimentação até a aparição do movimento Slow Food, que se coloca como tendência alimentar e busca retomar os hábitos alimentares, o contato com os alimentos e estreitar a distância entre o produtor e o consumidor.

À partir desse panorama, avaliar o impacto na vida das pessoas e como elas estão respondendo a essa mudança.

Na área da comunicação, perceber como os cozinheiros atuais divulgam essa nova filosofia e a incorporam aos seus programas.

Palavras-chave: Alimentação, Slow Food, Fast Food, Tendências Alimentares.

ABSTRACT

This work aims to analyze the changes in food during centuries of history and how fast food has transformed the way humans relate to food until the appearance of the Slow Food movement, which arises as a trend and seeks food resume eating habits, food contact and bridge the gap between producer and consumer.

From this picture, assess the impact on people's lives and how they are responding to this change.

In the area of communication, such as cooks realize today announce this new philosophy and incorporate their programs.

Keywords: Food, Slow Food, Fast Food, Food Trends.

LISTA DE FIGURAS

Figura	Pág.
Figura1: Homo habilis e as ferramentas de pedra lascada	12
Figura 2: Homo herectus e o consumo de tutano	14
Figura 3: Homo erectus e a carne cozida	15
Figura 4: Comensalidade na Idade Antiga	16
Figura 5: A refeição, do Livro da Caça, Gaston Phebus	19
Figura 6: Bazar de especiarias no norte da Índia	20
Figura 7: Dona de casa da década de 50	22
Figura 8: Principais selos de certificação dos alimentos orgânicos	25
Figura 9: Tendências observadas para o consumo de alimentos	30
Figura 10: Crianças comendo Fast Food em frente à televisão	36
Figura 11: Frequência das refeições fora do lar	38
Figura 12: Principais locais para refeições fora de casa	39
Figura 13: Logotipo Movimento Slow Food	39
Figura 14: Logotipo do movimento Slow Food Brasil	44
Figura 15: Jamie Oliver	40
Figura 16: Abertura programa Jamie em casa	50
Figura 17: Episódio Tagliatele de massa caseira	51
Figura 18: Nigella Lawson	52
Figura 19: Abertura programa Nigella Feasts	53
Figura 20: Episódio Feijão com carne moída	54
Figura 21: Linha de produtos Jamie Oliver	57
Figura 22: Livros Jamie Oliver	58
Figura 23: Linha de produtos Nigella	60
Figura 24: Livros Nigella	61

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. ASPECTOS HISTÓRICOS E DO CONSUMO ALIMENTAR	12
1.1. Pré-História	12
1.2. Idade Antiga	16
1.3. Idade Média	18
1.4. Idade Moderna	21
1.5. Idade Contemporânea	24
2. TENDÊNCIAS E ALIMENTAÇÃO	28
2.1. Alimentos Orgânicos	28
2.2. Variedade à disposição	29
2.3. Vegetarianos	30
2.4. Tendências Alimentares Mundiais	31
2.5. Absorção das Tendências Alimentares Mundiais pelos Brasileiros	33
3. DO FAST FOOD À VOLTA DO SLOW FOOD	35
3.1. Mudanças Nem Sempre Benéficas	35
3.2. Fast Food	35
3.3. Gostoso e Destrutivo	38
3.4. Fast Food Em Casa	39
3.5. Os Brasileiros e o Fast Food	41
3.6. Slow Food	43
3.7. Projetos Slow Food	45
3.8. A Importância Do Slow Food Para Os Dias Atuais	46
3.9. Os Brasileiros e o Slow Food	48
4. METODOLOGIA SEMIÓTICA E RETÓRICA DA TENDÊNCIA SLOW FOOD	50
4.1. Metodologia Semiótica	50
4.2. Retórica Da Tendência Slow Food	51
5. ESTUDO DE CASO SLOW FOOD	54
5.1. Programa Jamie Oliver	54
5.2. Programa Nigella	57
6. MARCAS E PUBLICIDADE DO SLOW FOOD	60
6.1. Marcas Slow Food	60
6.1.1. Utensílios de Cozinha Jamie Oliver	61
6.1.2. Livros Jamie Oliver	63
6.1.3. Utensílios de Cozinha Nigella	64
6.1.4. Livros Nigella	66
CONCLUSÃO	67

INTRODUÇÃO

A alimentação sempre foi motivo de união entre os povos. Muito da evolução humana deve-se a esse ato, que impulsionou o homem a trabalhar em equipe e ir além de seus limites para conseguir o que comer.

O tempo passou e em meio a muita história, um estilo de alimentação, que na sequência tornou-se um estilo de vida, influenciou a alimentação e a tradição culinária mundial. O Fast Food, apesar de oferecer praticidade, instituiu a distribuição alimentar em larga escala, a industrialização da agricultura e as comidas congeladas e enlatadas.

Essa tendência proporcionou a perda da comensalidade e tornou o momento da refeição em um ato, algumas vezes, frio e individual.

Após anos, as pessoas começaram a se dar conta do mal que estavam causando a si e como afetavam o planeta com seus atos.

A fim de contribuir com a retomada dos costumes alimentares, um amante da boa comida e das tradições culinárias, teve uma idéia visionária e iniciou o movimento Slow Food, que tem como filosofia o retorno à comensalidade, a retomada da tradição culinária, a produção de alimentos sem conservantes e o devido respeito e valor ao trabalho dos produtores.

O Slow Food é uma tendência mundial, que aos poucos conquista uma cadeia de adeptos ansiosos por mudanças e por retomar a cultura de unir a família em torno da refeição e sentir a alegria e o prazer de comer uma comida bem feita, com alimentos de qualidade, que se conhece a procedência.

1. ASPECTOS HISTÓRICOS E DO CONSUMO ALIMENTAR

Desde a pré-história o processo alimentar passou por diversas mudanças e contribuiu profundamente para evolução da raça humana, não somente no que diz respeito à nutrição, mas também como um instrumento de socialização e posicionamento perante a sociedade e a época na qual cada indivíduo viveu.

1.1. Pré-História

Existe uma grande limitação nos estudos sobre alimentação na pré-história, pois apesar dos estudiosos conseguirem descrever com detalhes a constituição de uma ferramenta, como no caso do *Homo habilis* (habilidoso), que viveu há cerca de 2 milhões de anos e recebeu esse nome pela sua destreza em construir ferramentas de ossos, madeira e principalmente de pedra lascada, ainda não é possível descrever precisamente o estilo de alimentação desse período, pois não existe técnica que consiga indicar a proporção vegetal e animal que compunham a alimentação da população desse período, visto que os fósseis, após anos de soterramento podem ter tido sua composição química alterada pelo solo¹.

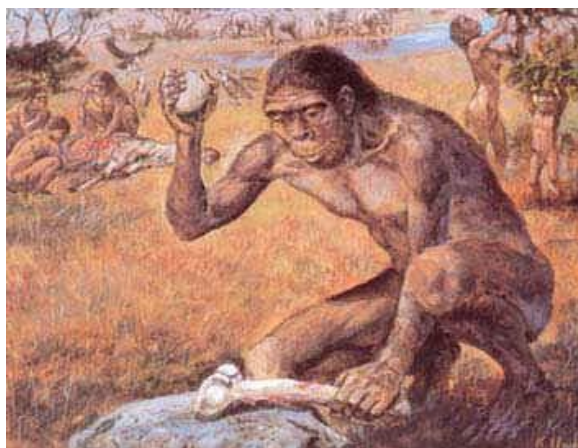


Figura1: *Homo habilis* e as ferramentas de pedra lascada

A decomposição dos vegetais é mais rápida que a carne, porém o desgaste da carga dentária dos primeiros hominídeos é característico de uma nutrição à

¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 36 e 37. / *Homo habilis*. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Homo_habilis

base desse tipo de alimento², fato reforçado pela falta de ferramentas, que não existiam antes do Homo habilis e levam a crer que com provável exceção de latitudes extremas, que dificultam a existência de vegetais, estes sempre foram a base da alimentação na pré-história³.

Com o desenvolvimento das ferramentas, pelo Homo habilis, o encontro de ossadas de animais próximos a estas e a falta de armas de arremesso, levam a crer que a caça era coletiva, apresentando um quadro de socialização e auxílio mútuo entre homens e mulheres⁴.

Porém, existiu um momento em que o homem pré-histórico provavelmente deixou de alimentar-se de vegetais e aumentou seu consumo de carne. Há cerca de 4 ou 5 milhões de anos, com a passagem para um clima mais seco, na África Oriental, o homem tenha sido privado do consumo de vegetais, pela diminuição de florestas e aumento de savanas abertas, o que o levou ao aumento no consumo de carne e conseqüentemente ao desenvolvimento da comunicação, aumento das faculdades mentais, da divisão do trabalho entre homens e mulheres ou seja, a caça teria sido responsável pelo início da vida em comunidade e da idéia de família⁵.

A idéia de que os hominídeos eram organizados a ponto de conseguirem caçar em grupo causa discussão entre os estudiosos, por não conseguirem chegar a uma conclusão se eram organizados a ponto de conseguirem sua própria caça ou se eram meros ladrões de carcaça e restos de carne que outros predadores caçavam⁶.

Algumas evidências mostram que os hominídeos eram mais caçadores do que ladrões, como por exemplo, o fato de existirem acúmulo de carcaça e ferramentas de pedra lascada em sítios arqueológicos a céu aberto, revelam uma característica humana e não animal, de retornar a um mesmo local por longos períodos. Outro fato são as carnes de partes nobres de animais encontradas,

² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 42.

³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 37.

⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 38 e 39.

⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 39.

⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 39 e 40.

revelando que o hominídeo teve acesso à caça fresca e não a restos abandonados por outros predadores⁷.

Apesar dessas evidências, não se pode deixar de lado o fato de que qualquer ser que vive em situação selvagem tende a ser um mesclo de caçador e comedor de carniça que encontra pelo caminho, logo se conclui que o hominídeo era um onívoro com uma alimentação mesclada entre folhas, frutas, grãos e caça.

Com a substituição do *Homo habilis* pelo *Homo erectus*, há cerca de 1,5 milhões de anos, os sítios revelam que as ossadas diminuem, mostrando um aumento no consumo de tutano⁸.



Figura 2: Homo herectus e o consumo de tutano

Há cerca de 1 milhão de anos, por ter se estabelecido em regiões temperadas, na qual os vegetais são mais escassos, a carne aumenta sua participação na alimentação, logo seu papel nutricional é maior. No período de 200.000 a 40.000 a.C., animais maiores eram caçados, pois estudos revelam restos de animais de vários portes, o que leva a crer que caçavam animais isolados, mas também executavam caça de proporções maiores, como à manadas, conforme mostram sítios arqueológicos que contém grandes quantidades de ossadas de animais da mesma raça, com idades diferentes, demonstrando domínio sobre a atividade⁹.

A partir de 8.000 a.C., com o derretimento das geleiras e o aumento da unidade do clima e das florestas, os animais maiores são substituídos por menores,

⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 41.

⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 42.

⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 43.

que facilmente se escondem floresta adentro, dificultando a caça. Em contrapartida, outras fontes de alimentos se tornariam abundantes, como os vegetais, peixes, moluscos e aves. A idéia de poder colher e conseguir alimento tendo um mesmo ponto como partida permite acesso a alimentos em abundância e estabilidade, diminuindo o risco de períodos de fome, pois ao invés de ter acesso a grandes quantidades de carne para estoque, agora, o homem pré-histórico tem que explorar toda a diversidade ao seu redor, o que aumenta o trabalho, mas também lança as bases de toda a alimentação tradicional até os dias atuais com o consumo de cereais, trigo, criação de bois, carneiros, porcos entre outros. Nesse momento, pelo fato de consumirem o cultivo doméstico e também o que colhem ao redor, a alimentação passa a ser muito mais rica e diversificada¹⁰.

Um acontecimento importante e que ajudou a mudar os hábitos alimentares pré-históricos foi a descoberta do fogo, há cerca de 500 mil anos, que possibilitou o consumo tanto de vegetais como de animais cozidos, primeiro de forma esporádica, depois de forma constante, após domínio da técnica. Antes disso, a carne cozida era consumida somente após incêndios naturais¹¹.

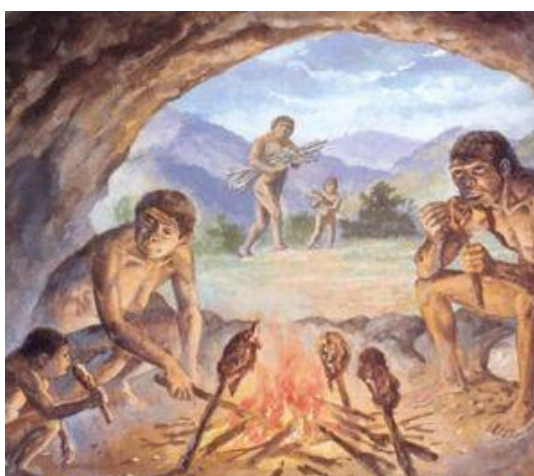


Figura 3: Homo erectus e a carne cozida

Esse novo quadro alimentar deu início à existência da cozinha, da comensalidade, da divisão do trabalho e do estabelecimento de atividades comuns.

¹⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 47 a 50.

¹¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 44.

A idéia de organização do grupo se estabelece, tendo como ponto de partida a alimentação¹².

Essa evolução, muito provavelmente foi a base para a transformação no preparo dos alimentos, seguindo o gosto de cada grupo e do provável desenvolvimento dos cozinheiros, construindo as bases para as tradições culinárias.

1.2. Idade Antiga

O mundo clássico é dominado pela vontade de ser civilizado, contrário a qualquer tipo de barbárie que possa existir e nesse quesito, a alimentação exerce um importante papel.

Os gregos e romanos davam muito valor a comensalidade, pois viam nesse ato a possibilidade de diferenciar-se das feras e dos bárbaros.

Nesse período da história, o ato de comer não é somente nutricional, mas acima de tudo um momento de sociabilidade e comunicação. A comensalidade é tida como um item fundador da civilização humana¹³.



Figura 4: Comensalidade na Idade Antiga

O banquete torna-se então a identidade de um grupo ou família e sentar-se à mesa é um ato de “fazer parte” ou “ser excluído” do convívio de certos grupos,

¹² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Primeira Parte – Pré-história e primeiras civilizações, p. 44.

¹³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 107 e 108.

bem como “ser aceito” pode ser visto como um crescimento perante a sociedade, logo, o ato da comensalidade pode ser um agregador ou um separador¹⁴.

Durante o banquete, a distribuição do alimento também tem seu significado: “De cima para baixo, a oferta denota uma condescendência generosa e a preeminência social, de baixo para cima, ela denota, veneração e a sujeição, no plano horizontal, ela significa, simplesmente, a pertença comum (que pode ser ocasional) a um grupo”¹⁵.

A disposição dos lugares à mesa demonstra a importância de seus convivas, bem como a distribuição dos alimentos e até mesmo o fato de servirem alimentos diferentes entre os convidados¹⁶.

Outros itens também são importantes para distinguir o homem dos bárbaros: o vinho, pela sabedoria do homem em saber dosar a quantidade da bebida e água, dependendo da ocasião, o pão, que demonstra a destreza em criar seus produtos com óleo, trigo e o próprio vinho, mas acima de tudo, a agricultura e a criação de animais domésticos, que só podem ser realizados pelos sedentários, ao contrário dos nômades da pré-história, que caçavam a presa e comiam vegetais que encontravam pelo caminho¹⁷.

Segundo a visão do homem dessa época, dominar a natureza e estar acima dela (por fabricar seus próprios alimentos) era sinal de “ser civilizado”¹⁸.

Apesar de terem domesticado a criação de animais e o plantio dos vegetais, os produtos ainda estavam longe de ser o que o nome realmente significa, pois o vinho, muitas vezes é água com vinagre e o pão possui um valor simbólico, pois na maioria das vezes resume-se a cereais, mas mesmo assim, a excelência da alimentação é atribuída a ele e considerado pelos médicos da época como possuidor do equilíbrio perfeito dos diferentes nutrientes (quente e frio, seco e úmido), mas o pão propriamente dito aparecerá anos depois¹⁹.

¹⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 109.

¹⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 109.

¹⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 110.

¹⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 110 e 111.

¹⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 111.

¹⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 122 a 116.

Outra parte importante da alimentação dos romanos, apesar de quase não encontrar-se vestígio desse costume, pois a base da dieta foi fundada em cima do trigo, vinho e óleo e por isso, vistos com descaso são as sopas e legumes²⁰.

A carne é objeto de contradição, tida como luxo, pois demonstra boa posição social, além de item para dias de festa, carrega em si o ato da morte, porém ao ser utilizada para oferenda e repartição, tem sua ação redimida pelo ato da solidariedade e pelo contato com o além²¹.

Logo, a caça, que na pré-história contribuiu para o desenvolvimento e trabalho em grupo é vista, na Idade Antiga, como uma opção de pobreza ou um trabalho servil e assim como qualquer atividade que possa remeter à barbarie não constam nos registros e são consideradas como superada²².

Outro item importante da época são os queijos, fabricados à partir de leite de cabra, principais animais de criação da época e portanto mais importantes que a carne na alimentação do dia-a-dia²³.

Na Idade Antiga, a dietética e a medicina caminham juntas, pois o homem acredita que a dietética é única para cada um e deve ser regida seguindo a história de vida do indivíduo e suas preferências e se existem doenças, a alimentação deve suprir as necessidades do corpo, devolvendo seu equilíbrio natural²⁴.

Nesse período, o ato de alimentar-se agrega, separa, dá prazer (pelo homem poder escolher o que mais lhe é apetitoso) e cura, segundo ordens médicas.

1.3. Idade Média

Ao contrário da Idade Antiga, que buscava de todas as formas e principalmente por meio da alimentação, diferenciar-se dos bárbaros, na Idade

²⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 112 e 113.

²¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 114.

²² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 113.

²³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 115.

²⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Segunda parte – O mundo clássico, p. 117.

Média, seguindo a ideologia de Roma, pregavam a idéia de agregar ao invés de distinguir²⁵.

Porém, na prática, a idéia de agregação não era tão forte assim, pois os romanos, ainda tinham grandes diferenças com os bárbaros, que apesar de terem se submetido um pouco à civilização das cidades, ainda mantinham seus costumes, antagônicos à tríade romana (pão, vinho e óleo), com seus alimentos como a cerveja e carne²⁶.

Roma também tentou unificar os costumes das regiões européias e mediterrâneas, que formavam o império romano, mas não obteve muito sucesso, conseguindo, no máximo, difundir alguns costumes.

Os romanos consideravam-se honrosamente ligados a terra e seus frutos como os cereais, legumes, frutas e vegetais, chegando a dizer que alguns imperadores comiam os alimentos crus e secos. Em contrapartida, o relato em relação aos bárbaros, descreve-os como comedores de carne compulsivos que chegavam ao ponto de nunca terem provado um vegetal²⁷.

Essas declarações demonstram claramente os modelos ideológicos do império romano, mas acima de tudo, o enfrentamento de duas civilizações diferentes, mas que tende a diminuir nos séculos seguintes, com a vinda da nova classe social européia, composta por bárbaros que apesar de terem vencido o conflito entre as duas civilizações, renderam-se aos valores e costumes romanos²⁸.

Outro fator interessante da época é o aumento da força simbólica do pão, vinho e óleo, por causa do cristianismo, religião oficial do império romano²⁹.

Mas os bárbaros também influenciaram a cultura romana, com a volta da extração de recursos naturais, em oposição ao cultivo doméstico, assim como a caça e a pesca. Logo, as pessoas ligadas a essas atividades não eram mais desvalorizadas pela sociedade³⁰.

²⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 278.

²⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 278.

²⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 279.

²⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 279.

²⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 280.

³⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 280.

A carne era ligada a idéia de força e poder, pois as únicas atividades da época que os nobres apreciavam eram a caça e a guerra, sendo a primeira a melhor opção para treinar para a segunda³¹.

Enquanto os médicos da Idade Antiga acreditavam que o pão era o alimento mais completo para tratar do homem, na Idade Média, os médicos acreditavam que era a carne³².



Figura 5: A refeição, do Livro da Caça, Gaston Phebus

Ao contrário dos nobres e dos camponeses, o clérigo e monges, que cultivavam cereais ao redor dos mosteiros para fazer o pão, não consumiam carne, em sinal de abstinência, comiam apenas vegetais, como sinal das “privações impostas”, mas nunca da fome propriamente dita, visto que a cultura da época era comer em grande quantidade³³.

Por causa da negação à carne, o clero começou a encontrar saídas para a falta de carne e desenvolveu uma gastronomia altamente requintada na qual são consumidos peixes muitas vezes mais caros que a carne, porém não carregavam em si o ato da morte e da sexualidade³⁴.

A carne era autorizada apenas em raras exceções, como em caso de doença, por ser considerada fonte de força³⁵.

³¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 292.

³² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 293..

³³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 298.

³⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 298 e 299.

³⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Terceira parte – Da Antiguidade tardia à alta Idade Média, p. 299.

Em resumo, a Idade Média pode ser vista como o retorno dos costumes agrícolas, a exploração dos recursos naturais e a miscigenação das civilizações, mas acima de tudo, a consolidação da economia agrária, que garantiu ao povo a nutrição variada e a segurança de sempre ter o que comer.

1.4. Idade Moderna

Um conjunto de transformações marcou e alterou os hábitos alimentares na Idade Moderna, sendo que, talvez a mais importante tenha sido a descoberta dos mares pelos europeus (grandes navegações) e a conseqüente agregação de produtos como tomate, batata, milho, café, chocolate, peru, pimentão e o açúcar, que já existia, mas teve sua produção ampliada³⁶. As especiarias da Índia, caras e disputadas, ajudaram a manter as carnes aptas ao consumo, pois até então, pela falta de refrigeração, grandes quantidades eram perdidas³⁷.

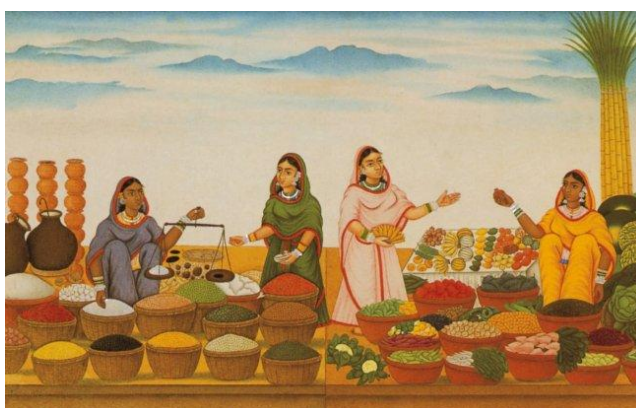


Figura 6: Bazar de especiarias no norte da Índia

Compondo o conjunto de transformações, a Reforma Protestante foi responsável pela introdução da diversidade na cozinha (contrária à tríade romana), a produção e consumo de álcool, por causa da dominação econômica dos países do norte, o desenvolvimento da imprensa, que possibilitou a impressão de livros de receitas que valorizavam mais as tradições culinárias locais que as estrangeiras e o

³⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 532.

³⁷ Disponível em: <<http://bloghistoriadores.blogspot.com/2011/01/os-alimentos-na-europa-idade-moderna.html>> Acesso em 17/02/2011.

crescimento das cidades, que possibilitou o desenvolvimento da agricultura de mercado³⁸.

Mas como toda modernização acelerada, muitos são os ganhos, mas as perdas também podem ser drásticas, assim na Idade Moderna, por causa da conquista de terras férteis pela elite da sociedade, houve um refinamento da gastronomia e das maneiras à mesa e o aumento da economia de mercado e em contrapartida, a desnutrição dos camponeses, subjugados a pagar altos impostos para os novos donos das terras. Além disso, para manter o crescimento demográfico, os locais para criação de animais deram espaço para o cultivo de cereais, o que privou a população do consumo de carne e agregou de forma considerável os cereais e principalmente do pão às refeições, causando o aumento da mortalidade na população³⁹.

A submissão dos camponeses aos senhores das terras, ajudou a aumentar a venda de grãos para regiões mais populosas e conseqüentemente acelerou a economia da Europa Ocidental⁴⁰.

No século XIII, com medo da população ser dizimada pela fome, o rei da França ordenou a estocagem de cereais a ponto de poder suprir qualquer crise alimentar, mas sua intenção foi mal interpretada e julgada como monopólio para aumento do preço do produto no mercado e aumento da fome na população⁴¹.

Para combater a fome dos camponeses, outros produtos foram utilizados, como batata, arroz (já apreciado pela nobreza), milho e o trigo-mouro, possível de ser cultivado em solos pobres e isento de dízimo e utilizado para fazer polenta e pães, se associado a outros cereais panificáveis⁴².

Pela rentabilidade do milho, onde 80 grãos resultam de uma unidade, muito mais que o centeio e o trigo, os proprietários incentivaram seu cultivo e consumo e

³⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 532.

³⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 532 e 533.

⁴⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 533.

⁴¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 537.

⁴² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 538 e 539.

passaram a cobrar taxa sobre a produção, porém seu consumo se fazia pela privação imposta aos camponeses de consumir pão⁴³.

Mas o milho também trouxe malefícios para a população, por ser pobre em vitamina PP, causa gradualmente uma doença chamada pelagra, que primeiro cobre o corpo de chagas, em segundo leva à loucura e depois à morte⁴⁴.

A batata, por sua vez, demorou a ser incorporada, pois era vista como alimento para porcos, mas sua aceitação foi gradual e por fim até elogiada, quando cozida com carneiro, era apreciada pelos italianos⁴⁵.

O tomate foi consumido primeiramente com sal, óleo e pimenta e apenas muito adiante em forma de molho⁴⁶.

O tupinambo era visto como o substituto da alcachofra, apesar de ser um tipo de batata e mesmo sendo apreciado pelos nobres, seu consumo foi visto como alimento para pobres. Já o feijão difundiu-se rapidamente e agradou todos os povos⁴⁷.

A carne passou a ser cada vez mais comida de nobre, uma vez que a quantidade de alimentos que existia entre ela e o pão era cada vez maior e distanciava-se dos pobres.

O pimentão foi largamente utilizado na cozinha africana e chegou a disputar lugar com a pimenta na Espanha, pois era julgado mais apimentado⁴⁸.

O peru foi o alimento com aceitação mais rápida, pois na Idade Média consumia-se todo tipo de ave, logo o peru, grande decorativo, caiu rapidamente no gosto de todos⁴⁹.

Quanto às bebidas, foram agregadas à cultura o chocolate, o chá, o café, seguido do café com leite, que se tornou uma bebida popular. Todas essas bebidas

⁴³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 539 e 540.

⁴⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 540.

⁴⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 540.

⁴⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 541.

⁴⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 541.

⁴⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 542.

⁴⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 542.

eram adoçadas pelos europeus, o que comprova o aumento na produção de açúcar⁵⁰.

Enfim, a descoberta dos mares e o domínio sobre o comércio de especiarias proporcionou aos europeus o desencadear de um conjunto de descobertas, que enriqueceram profundamente a cultura culinária da época.

1.5. Idade Contemporânea

O marco que definiu a Idade Contemporânea e mudou para sempre os hábitos alimentares foi a Revolução Industrial⁵¹.

Responsável pelo êxodo rural, pelo triunfo da economia de mercado sobre a de subsistência, pelo desenvolvimento dos transportes e da economia mundial e talvez, o fato mais significativo para a mudança dos hábitos alimentares, o ingresso da mulher no mercado de trabalho, que mudou radicalmente a dinâmica dos lares⁵².

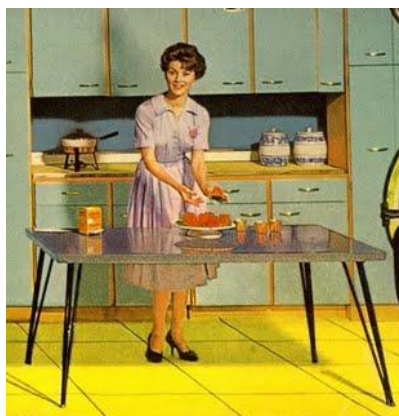


Figura 7: Dona de casa da década de 50

Para as classes sociais mais pobres, não foi novidade o trabalho feminino, pois muitas mulheres já o faziam, o que mudou foi o fato dos cozinheiros e serviçais domésticos preferirem trabalhar nas fábricas e escritórios, fazendo com que as senhoras burguesas passassem a cozinhar. Porém, com o passar do tempo, essa atividade começou a ser considerada degradante, pois não se tinha

⁵⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sexta parte – Da cristandade ocidental à Europa dos Estados (século XV – XVIII), p. 532.

⁵¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 700.

⁵² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 700.

mais a quem dar ordens e com isso as mulheres burguesas também preferiram trabalhar fora, o que iniciou um movimento de emancipação feminino⁵³.

As fábricas, que antes tinham caráter familiar e proporcionavam à mulher dividir-se entre casa trabalho, após a Revolução Industrial perderam essa característica, o trabalho passou a consumir muito tempo e as horas dedicadas à casa e família tornaram-se mínimas, logo a indústria investiu em produzir aparelhos que pudessem ajudar nas tarefas domésticas, impulsionando a economia do setor. Outros produtos também começaram a ser industrializados, quebrando a cultura da produção caseira, como as compotas, os caldos, condimentos, além de chocolates em barra, leite em pó e condensado, que não existiam anteriormente⁵⁴.

Esse foi um período importante para a gastronomia, pois com o aumento dos restaurantes refinados e a presença de ex-cozinheiros da alta sociedade, a gastronomia tornou-se uma verdadeira arte. Mas não são só os restaurantes de luxo que tiveram papel importante, mas os mais simples também, que atendiam diariamente um número cada vez maior de fregueses que não tinham quem cozinhasse em casa ou trabalhavam longe de suas residências. Além disso, os restaurantes também eram procurados por famílias em busca de destaque social, muitas vezes em vão⁵⁵.

Alguns itens tiveram mais destaque que outros, como por exemplo, as especiarias, que na Idade Moderna tiveram tanta importância, na Idade Contemporânea deram lugar ao açúcar, monopolizado nos séculos XVI e XVII pelo Brasil e depois pelas Antilhas, mas que nos séculos XIX e XX perdeu um pouco de espaço, pois o açúcar de beterraba reconquistou boa parte do mercado europeu. No mesmo período, as oleaginosas tropicais também ganharam espaço e disputaram acirradamente com o azeite, o óleo de nozes e outros tradicionais consumidos na Europa⁵⁶.

A importação aumentava cada vez mais e inseria novos produtos como trigo e as frutas fora da estação, provenientes da América, o feijão verde, da África

⁵³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 700.

⁵⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 700 e 701.

⁵⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 700.

⁵⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 702.

Negra e as uvas da África do Sul ou do Chile. No século XX, outras frutas tropicais foram introduzidas no regime alimentar dos europeus, como abacaxi, laranja (em algumas épocas produzidas na França e atualmente extintas na região), lichia, tangerina, manga, abacaxi, maracujá entre outras⁵⁷.

No que diz respeito à agricultura, a Idade Contemporânea contou com o desenvolvimento de técnicas e conseqüentemente rendimentos contínuos que possibilitou acabar com períodos de fome na Europa, à partir do século XX⁵⁸.

Até o século XIX, a gastronomia e a dietética não sofreram grandes avanços, pois a gula se sobrepunha às restrições, mas no século XX, ocorreu uma mudança nos hábitos com a inclusão de alimentos crus ou pouco cozidos às refeições, em resposta a descoberta da importância das vitaminas e que são perdidas durante períodos de longo cozimento. A diminuição do açúcar nos preparos também foi considerável, pois os médicos passam a indicá-los contra o excesso de peso e o culto à magreza⁵⁹.

Em contrapartida a essas novas observações dietéticas, outras são menos praticadas, como as restrições alimentares impostas pela Igreja Católica, o Judaísmo e a Islamismo, dando espaço aos prazeres da degustação⁶⁰.

Apesar da modernização e novidade nas comidas industrializadas, os séculos XIX e XX apresentaram de forma antagônica, um resgate às receitas e costumes dos camponeses, pois enquanto disseminava-se a idéia de um paladar globalizado, que se satisfazia com alimentos de feitiço rápido e pouca qualidade como hambúguer, ketchup, hot-dog e pizza, para atender a nova realidade da classe trabalhadora, os livros de receita apresentavam uma ampla variedade de informações, com pratos da culinária japonesa, mexicana, chinesa, tailandesa, entre outras. Esses acontecimentos são compreensíveis se olhados pela ótica de se tentar empregar a tentativa de cultivar os costumes, mesmo não existindo mais tempo hábil para colocá-los em prática⁶¹.

⁵⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 702.

⁵⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 703.

⁵⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 704.

⁶⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 704.

⁶¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 705.

O lado negativo da Idade Contemporânea no que diz respeito a qualidade dos alimentos são inúmeros. No caso das frutas, colhidas verdes e cheias de agrotóxicos, são lindas, mas não tem mais sabor, assim como os tomates e os legumes. Os campos para cultivo, com o êxodo rural ficaram mais vastos, o que proporcionou maior plantio e por consequência maiores colheitas, mas também maior desperdício, prejuízo e queda no preço de venda para o produtor⁶². As famílias estão disponibilizando maior parte de sua renda para os produtos industrializados e menos para os agrícolas, importando-se muitas vezes com a rapidez na refeição do que com produtos frescos à mesa, que nem sempre são saudáveis.

⁶² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 705 e 706.

2. TENDÊNCIAS E ALIMENTAÇÃO

Há séculos a alimentação sofre alterações, porém em nenhuma outra época, como no século XXI notou-se tão rápida absorção de mudanças como atualmente. O fluxo rápido de informações e o ritmo acelerado de vida, fez com que os indivíduos se acostumassem a mudar quase que instantaneamente.

A seguir, serão listadas algumas tendências mundiais, que contam com uma legião de seguidores e tendem a crescer e se disseminar cada vez mais.

2.1. Alimentos Orgânicos

Por definição, os alimentos orgânicos são produtos sem agrotóxico, mas seu cultivo é muito mais do que isso e resulta de uma junção de técnicas e conhecimentos que levam o agricultor a um bom cultivo e exploração harmoniosa do solo, sem danificá-lo, além de fornecer ao consumidor final, a possibilidade de alimentar-se com uma dietética que beneficie sua saúde⁶³.

Os alimentos orgânicos contam com uma série de instituições capacitadas para sua certificação, que garante ao consumidor mais do que sua qualidade, mas também a certeza de que foram cultivados através de processos mais ecológicos⁶⁴.



Figura 8: Principais selos de certificação dos alimentos orgânicos

Segundo o Instituto Biodinâmico (IBC)⁶⁵, a produção de orgânicos no Brasil, cresce 30% ao ano e ocupa uma área de 6,5 milhões de hectares, conferindo ao Brasil o 2º lugar no ranking dos países produtores de orgânicos⁶⁶.

⁶³ Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/saiba.htm>> Acesso 22/02/11.

⁶⁴ Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/qcertif.htm>> Acesso em 22/02/11.

⁶⁵ Certificador brasileiro de produtos orgânicos, com reconhecimento internacional.

⁶⁶ Disponível em: <<http://www.natureba.com.br/>> Acesso em 22/02/11.

Os produtos de procedência orgânica vêm de encontro com a tendência mundial de consumo de alimentos saudáveis, que livram o corpo da ingestão de substâncias químicas. A Universidade de Michigan realizou uma pesquisa na qual constatou um fato interessante: os consumidores de orgânicos tendem a comer mais, pois acreditam que estes possuem menos calorias e gordura que os alimentos tradicionais, o que é um equívoco, visto que os orgânicos são mais saudáveis, mas carregam consigo as mesmas quantidades de calorias típicas do alimento, independente de sua forma de cultivo⁶⁷.

Mesmo com tantos fatores positivos, os alimentos orgânicos ainda contribuem para a sustentabilidade, respeito ao solo, à natureza e às diferentes épocas de safra, resultando em alimentos saborosos, que tiveram tempo de nascer, crescer e amadurecer antes de serem colhidos.

2.2. Variedade à disposição

O tempo em que existia pouca variedade para certo tipo de produto passou. O século XXI pode ser visto como o século do “tudo à disposição”.

Segundo Marian Burros, editora chefe do New York Times, antes havia apenas dois tipos de vinagre, o branco e o tinto, sendo que atualmente existem os vinagres com estragão, brancos de amora, de mirtilo, de pimentão, oriental de arroz, de morango e cereja, entre outros. Além do vinagre, o mel e o chá também são importantes exemplos disponíveis em várias versões nas lojas especializadas e mais recentemente nos supermercados⁶⁸.

Alimentos que eram restritos às lojas especializadas, hoje estão incorporados lado-a-lado com alimentos tradicionais, como é o caso do broto de feijão, alface, tofu, etc⁶⁹.

As frutas fora de época, frescas e lindas ao longo do ano também fazem parte desse novo estilo de vida. O transporte aéreo, as técnicas de acondicionamento e a conservação cada vez mais perfeita, permitem que as frutas cheguem do produtor ao consumidor em perfeito estado de conservação, Além

⁶⁷ Disponível em: <<http://oqueeuteinho.uol.com.br/portal/2010/07/03/10-razoes-para-preferir-produtos-organicos/>> Acesso em 21/02/11.

⁶⁸ NAISBITT, John e ABURDENE, Patrícia, Megatrends 2000. São Paulo: Grupo Amana-Key, 1990, p. 239.

⁶⁹ NAISBITT, John e ABURDENE, Patrícia, Megatrends 2000. São Paulo: Grupo Amana-Key, 1990, p. 239 e 240.

disso, as técnicas avançadas de cultivo permitem que espécies cresçam fora do seu período natural⁷⁰.

O homem não tem mais que esperar a natureza, pois desenvolveu maneiras de tê-la sempre à mão.

2.3. Vegetarianos

O vegetarianismo é uma corrente onde nenhum alimento de origem animal é consumido, seja ele resultado da morte ou não de um ser vivo. Os vegetarianos consomem apenas alimentos de origem vegetal e existem ainda os veganos, que possuem uma postura radical e um modo de vida que busca eliminar toda e qualquer forma de exploração animal, seja alimentar, vestuário, produtos de beleza que foram testados em animais, fins de propaganda ou rituais religiosos⁷¹.

Existe uma grande confusão em torno do vegetarianismo, no qual consideram-se adeptos pessoas que não consomem carne vermelha, mas chegam a consumir carne branca e outros alimentos de origem animal.

Enquanto muitos alimentos são incorporados ao dia-a-dia moderno, um deles, a carne, possui uma leva de protestantes.

Vista como fonte de força na Idade Média, atualmente é tida por alguns como vilã e um item no prato que remete à crueldade. Por esse motivo e outros, como os ligados à saúde é cada vez maior o número de vegetarianos.

Nos Estados Unidos, da década de 50 até hoje, cerca de 1,5 milhão de crianças e jovens de 8 a 18 anos não consomem carne, frango ou peixe. As maiores adeptas são as meninas na faixa de 13 a 15 anos⁷².

O aumento de crianças vegetarianas se dá pelo aumento dos adultos vegetarianos, que hoje são cerca de 11 milhões somente nos Estados Unidos. Outro fator é a liberdade de escolha que os pais proporcionam aos filhos, pois não existe mais a imposição como outrora, onde se tinha que comer “de tudo” o que

⁷⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 747.

⁷¹ Disponível em:

http://www.sociedadevegana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=25:vegetarianismo&catid=18:textos-fundamentais&Itemid=15 Acesso em 22/02/11.

⁷² PENN, Mark.J, Microtendências. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008, p. 259.

estava na mesa no momento da refeição. Além disso, a maioria das crianças não precisam mais ser obrigada a comer seus vegetais, elas optam por eles⁷³.

Outro fato que contribui é a quantidade de informações a que estão submetidas e logo tomam conhecimento dos mal tratos com animais, da nocividade que a pastagem de vacas causa à camada de ozônio por causa da produção de metanos e outros poluentes, da importância da sustentabilidade e reciclagem e isso também influencia suas escolhas⁷⁴.

Estudos demonstram a contribuição de uma dietética vegetariana para o organismo, pois os vegetarianos padecerem menos de diabetes, reumatismo, hipertensão, anemia, doenças cardíacas, renais e respiratórias, alguns tipos de câncer, obesidade, entre outros⁷⁵.

Muitos são os restaurantes que atualmente oferecem opções vegetarianas e uma grande parcela já é exclusivamente voltada para esse tipo de dietética.

2.4. Tendências Alimentares Mundiais

A pedido da Fiesp⁷⁶, o Ibope⁷⁷ realizou um estudo chamado Brasil Food Trends 2020, com abrangência nacional que teve por objetivo mostrar como o brasileiro absorve e se posiciona perante essas mudanças alimentares. As tendências de consumo alimentar mundiais foram mapeadas seguindo nove principais documentos⁷⁸ realizados por institutos de renome e resultaram em cinco categorias, conforme segue⁷⁹:

⁷³ PENN, Mark.J, Microtendências. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008, p. 260.

⁷⁴ PENN, Mark.J, Microtendências. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008, p. 260 / O lado escuro da comida. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml>> Acesso em 21/02/11.

⁷⁵ Disponível em: <http://www.sociedadevegana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=25:vegetarianismo&catid=18:textos-fundamentais&Itemid=15> Acesso em 22/02/11.

⁷⁶ Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.

⁷⁷ Uma das maiores empresas de Pesquisa de Mercado da América Latina, atuante a 68 anos.

⁷⁸ Strategic Research Agenda 2007-2020(ETP,2007), Canadian Food Trends to 2020 - A Long Range Consumer outlook (Canadá,2005), Food 2020: The Consumer as CEO (FOOD 2020, 2009), Issues, Trends Challenges Facing the Food and Drink Industry – Forecasts to 2014 (JUST-FOOD, 2009), Global Market Re view of New Product Development Strategies in The Food and Drink Industry – Forecast to 2013 (JUST-FOOD, 2008), World Innovation Panorama – 2009 (XTC World Innovation, 2009), Analyse wichtiger Zukunftsthemen der lebensmittelindustrie und-forschung (Análise de importantes temas futuros da indústria de alimentos e pesquisa) (EISNER, 2008), Trends and Drivers of Change in the Food and Beverage Industry in Europe: Mapping Report (Eurofound, 2006) e Tendências da Alimentação Contemporânea (Barbosa, 2009).

⁷⁹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Ital, 2010, p. 43 e 46. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

✓ **Sensorialidade e prazer:** tendência ligada ao aumento da escolaridade, informação e renda da população. São pessoas interessadas em viver aventuras e descobertas gastronômicas, o que torna rica a experiência da comensalidade e leva o indivíduo a socializar em torno da mesa. O comércio de produtos e utensílios caros está em alta, visto que esse público investe nesses pequenos luxos. Exigem produtos de qualidade e são mais atentos a um modo de vida mais saudável.

✓ **Saudabilidade e bem-estar:** ligado diretamente ao envelhecimento da população e a perspectiva de vida longa, a alimentação tende a aliar-se à dietética. Esse grupo busca alimentos funcionais que beneficiam e cuidam do corpo. Preocupam-se com versões naturais, que ajudam a combater a obesidade, com versões diet/light, que saciam o apetite e fornecem energia.

O mercado de orgânicos consolida-se cada vez mais para esse público, mas concorrem com as naturais.

✓ **Conveniência e praticidade:** Atende a demanda do ritmo de vida corrida da maior parte da população, onde as refeições em família são quase extintas, além do aumento de pessoas que moram sozinhas. Essa categoria consome produtos fáceis de preparar, em embalagens práticas e que oferecem pequenas porções. Com o aumento da preocupação com o corpo, os fabricantes tiveram que criar versões saudáveis e que proporcionem bem-estar.

✓ **Confiabilidade e qualidade:** Grupo de consumidores mais exigentes que dão valor aos selos de qualidade e procedência dos alimentos. As empresas tendem a destacar todos os atributos do produto na embalagem, a fim de conquistar a confiança desses consumidores.

✓ **Sustentabilidade e ética:** Os consumidores estão exigindo cada vez mais que as empresas sigam regras de sustentabilidade, como

embalagens recicladas e recicláveis, participação em projetos ambientais e ajuda a pequenos produtores, além de produtos que não dependam de maltrato a animais, nem grande despejo de gás carbônico no meio ambiente.

2.5. Absorção das Tendências Alimentares Mundiais pelos Brasileiros

As categorias apresentadas anteriormente são consideradas tendências que são ou serão absorvidas pelos brasileiros, pois provém de países com os quais o Brasil possui importante fluxo comercial e cultural⁸⁰.

O estudo encomendado pela Fiesp no ano de 2010, mostrou que os brasileiros possuem forte aderência às tendências mundiais e que das cinco categorias listadas anteriormente, três são similares às globais (de um conjunto de quatro categorias brasileiras), que são⁸¹:

- ✓ **Conveniência e Praticidade**
- ✓ **Confiabilidade e Qualidade**
- ✓ **Sensorialidade e Prazer**

A quarta tendência alimentar brasileira refere-se a um conjunto de duas das mundiais: Saudabilidade e Bem-estar e Sustentabilidade e Ética.

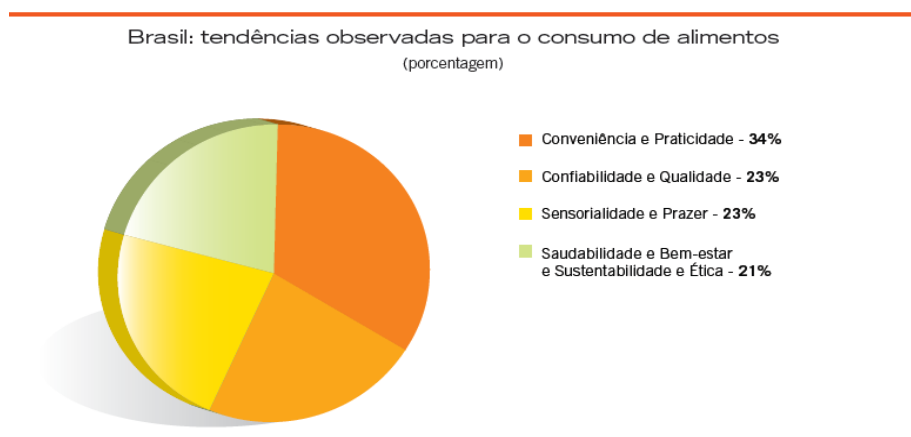


Figura 9: Tendências observadas para o consumo de alimentos⁸²

⁸⁰ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 39 e 40. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

⁸¹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 50 e 51. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

⁸² Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 50. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

✓ **Conveniência e Praticidade:** Refere-se a 34% dos consumidores brasileiros de alimentos e tem igual participação das classes ABC.

São pessoas com a vida corrida, que tem como aliado, as comidas industrializadas, as semi-prontas e congeladas. Tendem a consumir mais se houver baixa dos preços.

Forte presença de homens, principalmente na região Sudeste.

✓ **Confiabilidade e Qualidade:** Representa 23% dos consumidores de alimentos e mostram-se dispostos a pagar mais por produtos nos quais a qualidade é fortemente reconhecida e por marcas em que confia.

Forte presença de donas de casa, com filhos até 12 anos.

✓ **Sensorialidade e Prazer:** Refere-se a 22% do mercado de alimentos e o valor está ligado a ingerir comida gostosa e atraente, sem se preocupar com a procedência.

São guiados pelo prazer sem culpa. Importam-se pouco com a saúde, pois entre gostoso e saudável, escolhem a 1ª opção.

O quarto grupo, não presente nas tendências mundiais, porém um pouco diferente no Brasil, que diz respeito a **Saudabilidade e Bem-estar e Sustentabilidade e Ética**. Composto por 21% do mercado consumidor de alimentos, principalmente classe C, casados e com filhos, moradores da região Nordeste.

Buscam qualidade na alimentação, apegando-se à rótulos de descrição, mas priorizam aqueles que a empresa estiver ligada à projetos sociais e descartam as envolvidas em irregularidades, mesmo que a qualidade de seus produtos seja conhecida.

3. DO FAST FOOD À VOLTA DO SLOW FOOD

3.1. Mudanças Nem Sempre Benéficas

Nos últimos séculos, a alimentação foi alvo de mudança, na maioria das vezes para melhor e de forma enriquecedora, porém, com a Revolução Industrial e mais recentemente a Globalização, esse ato tão importante e inerente ao ser humano sofreu sérios abalos.

As pessoas foram levadas a deixar de lado as refeições caseiras e adaptar-se às refeições realizadas em locais próximos ao trabalho e com isso, parte da cultura caseira e dos laços familiares se dissiparam. A comensalidade que sempre foi um momento de prazer e sociabilidade, onde ao mesmo tempo falava-se sobre diversos assuntos e degustava-se um bom prato, foi substituída pela individualidade e pela capacidade de ingerir alimentos mais rapidamente do que o corpo deveria suportar.

Com o passar dos anos e o aumento do ritmo de trabalho, as pessoas começaram a se preocupar com a perda dos hábitos alimentares e conseqüentemente da cultura culinária, indagando sobre a qualidade gustativa dos produtos e os benefícios à saúde.

A modernização proporcionou à população pontos positivos, como o aumento no tempo de vida e indivíduos com estatura mais alta que seus antepassados⁸³, mas também apresentou pontos negativos, como a obesidade, proporcionada pelos maus hábitos alimentar e o sedentarismo e entre ganhos e perdas, um estilo de vida alimentar se estabeleceu, denominado Fast Food.

3.2. Fast Food

O Fast Food, que na tradução significa “comida rápida” surgiu nos Estados Unidos e foi a forma como os americanos encontraram de servir uma refeição

⁸³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 844.

rápida e higiênica, se antecipando ao resto do mundo e iniciando a distribuição da comida em larga escala⁸⁴.

Essa evolução espalhou-se pelo mundo, garantindo o crescimento seguro e impositivo das cadeias de produção agrícola e industrial⁸⁵.

À partir de 1960, com o crescente número de supermercados, do carro e da televisão, difundiu-se com maior rapidez o estilo de vida Fast Food. A culinária, até então realizada nas residências, assume características industriais e as marcas começam a convencer os consumidores de sua qualidade e valor agregado aos produtos. Logo a alimentação passa a ser não só um produto, mas também um serviço, sempre próximo dos consumidores⁸⁶.

Com a crescente presença da mulher no mercado de trabalho e conseqüentemente longe de casa e na maioria dos casos, sem maior percentual de participação por parte dos homens nas atividades domésticas⁸⁷, a comida pronta tornou-se conveniente e prática, garantindo a alimentação no lar sem dispensa de tempo para sua produção. Os congelados caíram no gosto popular que começou a exergá-los como frescos. As saladas pré-lavadas também constituíram uma evolução com praticidade agregada e os legumes pré-cozidos e congelados passam ao consumidor a sensação de estarem consumindo o alimento “in-natura”, pois sabem de seus benefícios, mas não priorizam consumi-los em sua forma natural⁸⁸.

As refeições, antes sempre à mesa, atualmente são comumente realizadas à frente da TV e nesse momento esta faz seu papel, contribuindo para a disseminação da idéia de compra global nos hipermercados, que oferecem de produtos alimentícios a vestuário, em uma tentativa de suprir todas as necessidades do consumidor em um mesmo lugar⁸⁹.

⁸⁴ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 845.

⁸⁵ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 846.

⁸⁶ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 846.

⁸⁷ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 847.

⁸⁸ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 849.

⁸⁹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 847.

Para atender aos hipermercados, os produtores tiveram que se adaptar a uma logística e tecnologia complexa, que vai desde o tempo curto de entrega frente a longas distâncias e produtos alterados, como as frutas, que antes eram compradas em feiras ou quitandas, doces e suculentas, atualmente estão disponíveis nos hipermercados. São vistosas, maiores e duram mais, pois mesmo verdes consegue amadurecer depois de colhidas, característica importante para responder à nova logística, mas que resultam em perda de sabor. As grandes quantidades compradas proporcionam a queda dos preços e iludem o consumidor, que deixa de lado o valor gustativo e pára de questionar-se sobre o custo x benefício⁹⁰.

Outra exigência são as embalagens de plástico. Leves, fáceis de transportar e menos frágeis, em primeiro momento pareceram ser um bem e depois tornam-se um inconveniente, passando a ser um sério problema para a natureza, pois o plástico demora anos para se decompor na natureza e resulta em uma quantidade considerável de lixo ambiental⁹¹.

Outro nicho explorado pela indústria de comida pronta são as versões diet / light. Com o aumento da obesidade na população e o surgimento da “ditadura da magreza”, difundida principalmente pelo mercado da moda, a indústria recebeu um impulso para produzir tais versões, que possuem como valor agregado o “regime”, com a promessa de que não engordam e assim conquistaram uma cadeia de adeptos, mas os resultados muitas vezes são questionáveis, pois não trazem uma forma de dieta saudável, mas a promessa de diminuição das calorias sem abrir mão do que é gostoso⁹².

O Fast Food proporcionou uma economia canibalista, onde os grandes esmagam os pequenos, a queda da qualidade é nítida, mas a falta de tempo impera sobre a decisão do consumidor.

Os americanos são os maiores disseminadores desse modo de vida alimentar altamente questionável, com o trio hambúrguer, ketchup e batata frita,

⁹⁰ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 847.

⁹¹ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 847.

⁹² FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 847.

sem esquecer o refrigerante, mas outros itens contribuem para o aumento da má alimentação, como as pizzas, ricas em queijos processados e gordura saturada⁹³.

O Fast Food enterrou, em muitos países, séculos de tradição à mesa e inseriu uma cultura cheia de conservantes, agrotóxicos, alimentos bonitos, mas altamente calóricos, pouco nutritivos e muito engordativos.

3.3. Gostoso e Destrutivo

A comida industrializada busca ao máximo aproximar-se da tradicional, tentando conferir o mesmo sabor, ou às vezes até mais gustativos por já possuírem temperos balanceados.

Mas por trás de toda essa evolução, sabor e praticidade esconde-se um cadeia de acontecimentos que destroem o planeta e aos poucos a saúde.

Os fertilizando, matéria prima muito utilizada na indústria agrícola possibilita a produção em larga escala, sem a qual seria impossível alimentar a grande população mundial, mas também é responsável, antes mesmo de sua utilização, 100 quilos de fertilizante químico emite 400 quilos em CO² para ser fabricado e depois de serem aplicados ao solo, entram no lençol freático e seguem para os rios e mar, fertilizam as algas que crescem e super populacionam as águas e no momento da sua decomposição roubam oxigênio dos peixes, causando sua morte e formam quase 400 zonas mortas nos mares atuais. No processo total, a agropecuária consegue emitir 33% de gases-estufa, que corresponde a mais que os carros, aviões e navios, que juntos são responsáveis por 14% da emissão desses gases⁹⁴.

A criação de gado em confinamento também maltrata o meio ambiente, além de maltratar os animais, que passam a vida inteira condenados a viver em pequenos espaços, sem poder sequer se mexer.

De toda a carne consumida nos EUA, 90% provém desse tipo de criação. O problema é que confinados, os bois não pastam, para serem levados logo ao abate, são alimentados com rações à base de milho e soja que não são facilmente

⁹³ FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, História da alimentação. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. Sétima parte – A época contemporânea (séculos XIX – XX), p. 851.

⁹⁴ O lado escuro da comida. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml>> Acesso em 21/02/11.

digeridos pelo estômago do animal, preparado para digerir grama, com isso as bactérias se proliferam e para combatê-las é incorporada à ração, quantidades imensas de antibióticos, que matam algumas bactérias, mas ajudam outras a sofrerem mutações e ficarem imunes a qualquer tipo de medicamento e se não bastasse tudo isso, os bois confinados produzem 130 vezes mais dejetos que todos os americanos juntos, que nos aterros sanitários são verdadeiras proliferações de bactérias que contaminam o solo, as plantações e assim uma sucessão de problemas surgem.

No Brasil, apenas 5% do gado é mantido em confinamento. Pastar é bom para o gado, diminui as bactérias e os dejetos servem de adubo natural para o solo, mas para dar conta de criar os 95% do gado em pasto livre, são desmatados frequentemente grandes pedaços da Amazônia e do cerrado, o que coloca o Brasil como o 5º maior emissor de CO² do mundo⁹⁵.

A maior dificuldade em combater todos esses feitos é justamente conscientizar a população, pois a comida industrializada libera dopamina, por ser composta de produtos que passam por processo de refinamento, como o açúcar e a farinha, o que resulta em carboidrato puro e quando consumida, faz o cérebro liberar dopamina que oferece ao corpo a mesma sensação resultante de uma relação sexual ou de uma dose de droga pesada⁹⁶. Esses alimentos causam dependência e são possíveis de ser consumidos em grande quantidade, o que contribui para a obesidade em adultos e crianças.

A indústria não quer abrir mão de seus lucros exorbitantes e a população não raciocina sobre o que come, a ponto de mudar seus hábitos alimentares e assim, a soberania do Fast Food não cessa de crescer.

3.4. Fast Food Em Casa

O Fast Food não ficou restrito apenas à alimentação das pessoas que trabalham e não podem realizar suas refeições em casa, ele se incorporou ao dia-a-dia e dieta das famílias.

⁹⁵ O lado escuro da comida. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml>> Acesso em 21/02/11.

⁹⁶ O lado escuro da comida. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml>> Acesso em 21/02/11.

A falta de tempo é o maior aliado do Fast Food, mas outros fatores também contribuem, como por exemplo, o costume de consumir comida congelada, que é saborosa e em alguns minutos está pronta. Algumas famílias até preparam as refeições, mas geralmente à base de enlatados e ingredientes semi-prontos, o que valoriza a refeição, mas não leva saúde à mesa. Muitas famílias perderam o hábito de sentar-se à mesa para uma refeição em comum e por vezes, cada um prepara sua comida ou lanche e realiza a refeição na parte da casa que mais lhe agrada.



Figura 10: Crianças comendo Fast Food em frente à televisão

Até mesmo os bebês são atingidos pela indústria, que oferece papinhas de vários sabores e para cada fase do desenvolvimento, na tentativa de ser o principal alimento por um bom período.

O “fazer” perdeu a importância. Ter um freezer cheio de comida congelada é sinal de status e boa saúde financeira familiar, visto que esses alimentos são mais caros que os tradicionais.

Antigamente, a maioria dos trabalhadores levava a refeição de casa para consumir no trabalho, mas atualmente, além de ser trabalhoso e depender de tempo para dedicar ao seu feitiço. essa atitude é vista com discriminação, não confere status e faz o indivíduo parecer anti social. Confunde-se “comer bem / saudável” com “ser sociável / ter dinheiro”.

Antigamente, a cozinha era a parte da casa onde as famílias se reuniam, conversavam e recebiam as visitas para um chá da tarde. Hoje em dia, as cozinhas são enfeites, cada vez mais bonitas e equipadas, mas sem ter quem as utilize. São funcionais ao máximo, mas não despertam atenção em seus donos a ponto de

utilizá-las. São mais um item utilizado para mostrar status do que para fazer proveito.

Outros fatores também contribuíram para a sociedade consumir tanta comida pronta, seja dentro ou fora de casa, como o alto grau de escolaridade, maior utilização dos veículos que proporcionam fácil acesso aos industrializados e a ida a shoppings e outros estabelecimentos que oferecem comida Fast Food e a melhoria financeira, que proporcionou gastar em refeições mais caras em troca de mais tempo e menos trabalho.

O Fast Food em casa tende a ser um hábito negativo, pois estabelece uma comensalidade fria, algumas vezes individual e a frente do televisor, fazendo com que as crianças cresçam sem o sentido do horário para a refeição e de sua importância para uma vida saudável e equilibrada.

3.5. Os Brasileiros e o Fast Food

A pesquisa denominada Brasil Food Trends 2020, realizada pelo Ibope a pedido da Fiesp revelou importantes características dos hábitos alimentares dos brasileiros.

Considerando as três refeições diárias, café da manhã, almoço e jantar, 59% dos brasileiros realizam a primeira refeição em casa, de forma rápida e cada um em um horário. O almoço é o menos praticado, pois 53% dos moradores das grandes cidades afirmam que realizam essa refeição pelo menos uma vez por semana fora de casa⁹⁷. Os que almoçam fora com frequência por causa do trabalho, tentam reproduzir em seus pratos uma refeição caseira, com alimentos mais saudáveis. O jantar ainda é realizado em casa por 65% dos entrevistados, mas não refere-se necessariamente a uma refeição tradicional, pode ser um lanche, comida leve ou sobras do almoço, consumidos na maioria das vezes na frente da televisão, de maneira informal. Um dado interessante refere-se a 12% dos entrevistados, que informaram não realizar essa refeição⁹⁸.

⁹⁷ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 51. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

⁹⁸ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

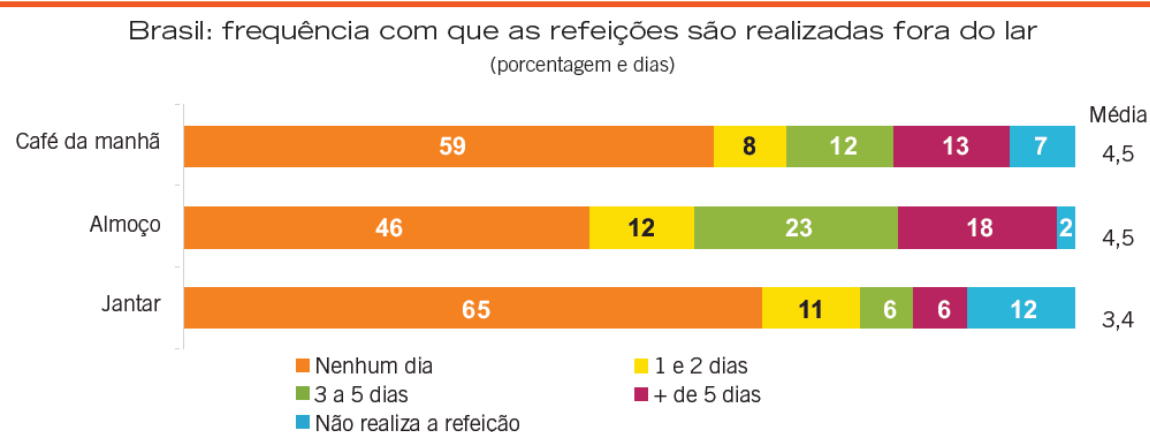


Figura 11: Frequência das refeições fora do lar⁹⁹

O ato de comer fora está estreitamente ligado à condição social e mostra que pessoas que tem a possibilidade de realizar refeições fora de casa, acumulam uma maior variedade de alimentos e pratos diferentes em suas experiências gustativas¹⁰⁰.

Quando questionados sobre o local onde realizam com maior frequência as refeições fora de casa, os entrevistados citaram o self-service em primeiro lugar, com 27% das menções e justificam que o fazem por serem mais baratos e possibilitarem reproduzir uma refeição caseira. As lanchonetes e redes de fast-food aparecem em segundo lugar e são reconhecidos pelos entrevistados como não sendo o melhor lugar para alimentar-se¹⁰¹.

PRODUTO	%
Restaurante por quilo	27
Lanchonete ou rede de <i>fast-food</i>	19
Restaurante <i>à la carte</i>	18
Padaria	18
Bares	11
Ambulantes	6

Figura 12: Principais locais para refeições fora de casa¹⁰²

⁹⁹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰⁰ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰¹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰² Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 53. Disponível em: http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

O final de semana é visto como um momento de liberdade onde é permitido comer doces, lanches, refrigerantes e todo tipo de “bobeira”. As mães e esposas vêem esse momento como uma folga das obrigações diárias¹⁰³.

Na hora de comprar alimentos industrializados, os principais fatores levados em consideração são confiança e reconhecimento da marca (59%), sabor dos produtos (47%), nutritivos e enriquecidos com vitaminas (32%)¹⁰⁴. Os produtos que mais despertam o interesse dos consumidores brasileiros quando lançados no mercado são os iogurtes (32%), bolachas e biscoitos (28%), sucos prontos para beber (27%), chocolates e bombons (25%), entre outros. Em resumo, uma parcela dos brasileiros almeja por produtos sem valor nutritivo, com alta quantidade de calorias e gordura trans¹⁰⁵.

3.6. Slow Food

Em resposta ao ritmo de vida frenético, a evolução da comida industrializada e padronizada instituída pelo Fast Food, a perda das tradições culinárias e o desinteresse crescente das pessoas por sua alimentação, em 1989 foi criada a fundação Slow Food.



Figura 13: Logotipo Movimento Slow Food

Internacional e sem fins lucrativos, visa resgatar a culinária regional, despertar o interesse pela alimentação e instruir as pessoas em como suas escolhas e atitudes perante a comida influenciam o mundo e afetam o planeta¹⁰⁶.

O Slow Food se opõe à tendência da padronização alimentar e segue o conceito de ecogastronomia, onde o prazer da refeição se alia ao respeito pelo

¹⁰³ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰⁴ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 54. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰⁵ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 55. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹⁰⁶ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/>> Acesso em 23/02/11.

alimento e pelo planeta e tem a idéia de que os consumidores necessitam estar bem informados, a ponto de se tornarem co-produtores¹⁰⁷.

Atualmente, o movimento conta com 100.000 associados pelo mundo, com escritórios na Itália (sede internacional, em Bra), Alemanha, Suíça, Estados Unidos, França, Japão e Reino Unido¹⁰⁸.

O princípio básico do movimento é o direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção, os produtores¹⁰⁹.

A alimentação, mesmo sendo fundamental ao ser humano, não deve ser realizada de forma obrigatória, mas sim, ser um momento de prazer, sem negação de que esse ato está totalmente ligado à terra e ao meio ambiente. Uma refeição tranqüila aliada a uma alimentação balanceada contribuem para uma melhor vida cotidiana.

O Slow Food tornou-se uma voz ativa na agricultura e na ecologia e suas atividades estão associadas a defender a biodiversidade, reeducar o gosto e aproximar os produtores dos consumidores, atualmente tão distantes por causa das grandes redes de distribuição¹¹⁰.

No manifesto que deu início ao Slow Food, em 1989, Folco Portinari diz: *“Somos escravizados pela rapidez e sucumbimos todos ao mesmo vírus insidioso: a Fast Life, que destrói os nossos hábitos, penetra na privacidade dos nossos lares e nos obriga a comer Fast Food...portanto, o Slow Food é, neste momento, a única alternativa verdadeiramente progressiva”*¹¹¹.

O conceito “Bom, limpo e justo” é a forma como o movimento acredita que o alimento deve ser. O Bom refere-se a um alimento saboroso, o limpo a ausência de agrotóxicos, que prejudicam a saúde, o planeta, o solo e os animais e o justo destina-se aos agricultores, que devem receber pelo seu trabalho o valor merecido, sem serem esmagados pela indústria agrícola¹¹².

¹⁰⁷ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/18/35/>> Acesso em 23/02/11.

¹⁰⁸ Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/component/option.com_frontpage/Itemid,1/> Acesso em 23/02/11.

¹⁰⁹ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/12/28/>> Acesso em 23/02/11.

¹¹⁰ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/12/28/>> Acesso em 23/02/11.

¹¹¹ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/37/56/>> Acesso em 23/02/11.

¹¹² Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/13/29/>> Acesso em 23/02/11.

A idéia de co-produtores tem a ver com o fato de tomarmos conhecimento de como os alimentos são produzidos e com isso optar por um estilo de produção mais justo¹¹³.

Com a ecogastronomia, o Slow Food apóia um novo modelo de agricultura, baseado em uma produção menos intensa e mais saudável, respeitando o tempo da natureza e capaz de oferecer desenvolvimento às regiões mais pobres, além de lutar para salvaguardar os alimentos, matérias-primas e métodos tradicionais de cultivo, defendendo a biodiversidade, seja ela cultivada ou selvagem, busca resguardar e manter as tradições culinárias e culturais, mantendo seu valor histórico e social¹¹⁴.

3.7. Projetos Slow Food

O movimento Slow Food, através da reeducação dos sentidos ajuda as pessoas a redescobrirem os prazeres da comensalidade, além de mostrar a importância de se preocupar com a procedência do que estão consumindo.

Conhecer as etapas do processo de cultivo, se envolver com a história dos alimentos e de seus produtores devolve às pessoas a alegria de comer com prazer, além de resgatar valores perdidos.

Por meio de projetos, o Slow Food busca disseminar sua filosofia e proporcionar à sociedade novas experiências relacionadas à alimentação¹¹⁵.

✓ **Educação do Gosto:** o movimento tem o objetivo de educar os jovens no sentido de desenvolver suas habilidades sensoriais e ajudá-los a compreender que o alimento é uma parte importante da cultura de um povo e carrega consigo séculos de história das civilizações.

✓ **Oficinas do Gosto:** são apresentadas em todos os grandes eventos do Slow Food e consiste em especialistas ensinarem os participantes a degustar e comparar alimento, combinando-os com vinhos e outras bebidas.

¹¹³ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/13/29/>> Acesso em 23/02/11.

¹¹⁴ Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/18/35/> Acesso em 23/02/11.

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/19/36/>> Acesso em 23/02/11

✓ **Slow Food nas escolas:** tem como foco o treinamento de professores, melhora da merenda e organização de programas extracurriculares.

Por meio da “Horta Escola”, cultivada pelo Convivium, que são núcleos locais da filosofia Slow Food, busca oferecer aos alunos a possibilidade de conhecer os processos de cultivo dos alimentos agrícolas, conhecer os ciclos das estações, experimentar o que cultivam e ainda aprendem formas de utilizar esses ingredientes na cozinha.

✓ **Terra Madre:** reúne comunidades do alimento que seguindo a filosofia Slow Food, trabalham pela sustentabilidade de sua produção, em defesa de alimentos saborosos, respeito pelo meio ambiente e pelo povo.

A primeira edição aconteceu em 2004, em Turim e reuniu 1.200 comunidades do alimento, presentes em 130 países, incluindo agricultores, pescadores, cozinheiros, processadores, distribuidores e especialistas agrícolas

Esses encontros resultaram em encontros menores, onde os processadores e os distribuidores se uniram e formaram páginas na internet para divulgar e vender seus produtos¹¹⁶.

✓ **Arca do Gosto:** catálogo mundial que identifica, localiza e divulga sabores de produtos quase em extinção, a fim de divulgar o que a terra é capaz de fornecer, além de oferecer a possibilidade dos interessados recuperarem essas espécies¹¹⁷.

3.8.A Importância Do Slow Food Para Os Dias Atuais

Anos de consumo de alimentos industrializados concederam às pessoas a perda dos sentidos gustativos apurados. Muitos acham o gosto dos alimentos naturais ruins, pois sentem a falta de sal e temperos em excesso.

¹¹⁶ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/22/40/>> Acesso em 23/02/11.

¹¹⁷ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/27/45/>> Acesso em 23/02/11.

A ditadura da industrialização tornou o ser humano limitado gustativamente, o que resulta em uma vida alimentar sem graça e sem novas descobertas, principalmente os mais jovens, que não tiveram contato com as tradições culinárias e foram criados basicamente com uma dieta de semi- prontos e prontos.

As novas gerações não têm noção de como o alimento é plantado, cultivado, colhido e preparado, não entende a sazonalidade dos alimentos e não fazem idéia de que sem a interferência humana, os alimentos têm um tempo para se desenvolver até poderem ser consumidos¹¹⁸.

Essa perda da cultura agrícola e o distanciamento das pessoas com a terra, torna-se cada dia mais negativo, pois reforça a criação de adultos sem conhecimento das riquezas que a terra e a natureza proporcionam, não conferindo-lhes educação suficiente para tornarem-se defensores da sustentabilidade.

Por esse motivo, a retomada do Slow Food é importante, pois além de ser um movimento que educa as pessoas para serem melhores com o meio ambiente e consigo mesmas em relação a sua alimentação, resgatando valores perdidos, como o gosto das mulheres ou mesmo homens em cozinhar para suas famílias, utilizando alimentos naturais, reunindo a família em volta da mesa e devolvendo a alegria das refeições em comum.

O Slow Food também contribui com a qualidade de vida e da saúde, pois retoma refeições balanceadas, livres de agrotóxicos e gorduras trans, que entre outros ingredientes artificiais, colaboram para o aumento da obesidade, diabetes, entre outros. Além disso, desperta nas pessoas a curiosidade pela receitas, pela forma de preparar os alimentos e conseqüentemente, a vontade de reunir as pessoas para degustação.

Quando olhamos sob a ótica da agricultura, o movimento Slow Food devolve a dignidade ao pequeno produtor, que mais próximos dos consumidores, deixam de ter como única saída vender para os grandes distribuidores e tem a opção de vender para as comunidades locais, que aos poucos vão transformando sua visão e mudando seus hábitos de compra.

Para as grandes cidades, o Slow Food ainda é um pouco complexo para atingir toda a população, mas já tem um grande começo, ao despertar nas pessoas

¹¹⁸ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/19/36/>> Acesso em 23/02/11.

a vontade de cozinhar, deixando de lado as comidas congeladas e nas mudanças pequenas, inicia a construção de uma grande revolução alimentar.

3.9. Os Brasileiros e o Slow Food



Figura 14: Logotipo do movimento Slow Food Brasil

Os Slow Food também conta com adeptos no Brasil. A segunda edição do Terra Madre Brasil aconteceu em março de 2010, em Brasília e contou com a presença de 550 convidados, que durante quatro dias envolveram-se com atividades práticas e de discussões, seminários, debates e conferências, oficinas do gosto, feira e exposição de produtos da agricultura familiar e do artesanato culinário¹¹⁹.

Muitos chefes de cozinha brasileiros, adeptos ao movimento, valorizam os produtos de seu território e com criatividade adequam as antigas receitas ao gosto de seus clientes¹²⁰.

As famílias brasileiras também têm buscado retomar costumes à mesa e melhorar a qualidade da alimentação, mesmo que sem fazer parte do movimento.

Ainda na pesquisa Brasil Food Trends 2020, muitas mulheres, de folga de suas atividades profissionais nos finais de semana, utilizam o tempo livre para preparar uma refeição mais caprichada, resgatando valores familiares idealizados¹²¹.

Para o futuro, os entrevistados acreditam que a população será bem informada e por conseqüência mais preocupados com a qualidade de vida e saúde e tenderão a valorizar mais os produtos livres de química¹²².

Atualmente, as mulheres acima dos 45 anos são as mais preocupadas com a saúde, principalmente quando percebem mudanças no corpo e manifestações de doenças hereditárias, como diabetes, hipertensão, entre outras. Buscam mudanças

¹¹⁹ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/23/41/>> Acesso em 23/02/11.

¹²⁰ Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/24/42/>> Acesso em 23/02/11.

¹²¹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 52. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²² Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 54. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

na alimentação, muitas vezes excluindo certos alimentos e incluindo outros que julgam mais saudáveis¹²³.

Por causa dessa postura, as mulheres mostram-se mais informadas, inclusive por tendências alimentares como ração humana, linhaça dourada, benefícios dos chás, sucos, verduras e frutas¹²⁴.

Algumas retomam os costumes de fazer alimentos que há tempos são industrializados, como molho de tomate e massa de macarrão. Demonstram alto envolvimento com o preparo das refeições, seguem à risca as receitas da família, valorizam o fresco e o natural¹²⁵.

Quanto aos congelados, não negam que os tem na geladeira, mas não provém da industrialização e sim receitas que elas prepararam e congelaram, pois almejam a praticidade no dia-a-dia, mas se para tê-la necessitarão que incluir maior quantidade de industrializados em suas refeições, não vêem ganho a ponto de mudar os hábitos alimentares adquiridos¹²⁶.

Os entrevistados pertencentes à classe A demonstraram possuir uma vida atribulada e repleta de interesses, o que diminui o tempo livre. Os que tem filhos buscam informar-se sobre a qualidade dos alimentos e sua condição financeira privilegiada permite escolher o que é melhor¹²⁷.

Cozinhar para esse grupo é um hobby, por isso, gostam de experimentar receitas e novos produtos e sua aparência, assim como dos pratos é muito valorizada¹²⁸.

A classe C é a que mais se envolve com o feitiço das refeições, pois declarou que valoriza o sabor acima da praticidade e por causa da condição financeira, realiza refeições fora de casa apenas esporadicamente e muitas vezes, leva comida para o trabalho¹²⁹.

¹²³ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 60. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁴ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 60. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁵ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 60. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁶ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 60. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁷ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 60 e 61. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁸ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 61. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

¹²⁹ Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Itai, 2010, p. 61. Disponível em: <http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html> Acesso em 21/02/2011.

4. METODOLOGIA SEMIÓTICA E RETÓRICA DA TENDÊNCIA SLOW FOOD

4.1. Metodologia Semiótica

A palavra semiótica, do grego semiotiké ou “a arte dos sinais” e do “semeion” que significa “signo”, refere-se a ciência dos signos e sua natureza¹³⁰.

Os signos, que podem ser sons, palavras, símbolos e quase tudo o que nos rodeia, utilizado para transmitir pensamentos, informações e todo tipo de publicidade, são baseados no pensamento humano e na comunicação e seus estudos podem ser mais antigos que o filósofo Platão¹³¹.

A semiótica é composta de três teorias¹³²:

- ✓ **Semiótica Greimasiana:** refere-se à concepção ampla do texto, estudando seus níveis discursivos (fundamental, narrativo e discursivo). Faz uso do quadrado semiótico como instrumento analítico.

- ✓ **Semiótica da Cultura:** também conhecida como Semiótica Russa, desenvolvida basicamente para entender a comunicação como semiótica.

- ✓ **Semiótica Peircenana:** baseada nos estudos de Charles Sanders Peirce. Apresenta a tríadica do signo (signo, objeto e interpretante) e considera três ciências: da descoberta, da digestão e das ciências aplicadas.

As análises de caso e o estudo da retórica da tendência Slow Food foram realizadas pautadas na Semiótica Greimasiana.

¹³⁰ Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Semi%C3%B3tica>> Acesso em 27/02/11

¹³¹ Informação fornecida por PEREZ, Clotilde em apostila do curso Pesquisa de Mercado em Comunicações – durante aula de semiótica (2010, p. 10).

¹³² Informação fornecida por PEREZ, Clotilde em apostila do curso Pesquisa de Mercado em Comunicações – durante aula de semiótica (2010, p. 12 a 20).

4.2. Retórica Da Tendência Slow Food

Roland Barthes, escritor, sociólogo e semiólogo, utilizou a análise semiótica em revistas e propagandas. Para ele o processo de significação dividia-se em denotativo, que tratava da percepção simples e superficial, enquanto o conotativo, continha o sistema de códigos que são transmitidos e adotados como padrões.

Barthes defendia que esses conjunto de códigos, muitas vezes era assumido despercebidamente pelo receptor, o que tornava viável o uso da publicidade para sua percepção.

Nos anos 60 e 70 dedicou-se a uma variedade de estudos e entre eles dois especialmente voltados para a alimentação e utilizados até hoje¹³³.

Para Barthes, existem fatores psico-sociais que orientam o consumo de alimentos, a exemplo das bebidas alcoólicas e dos doces, que tem efeitos culturais e bio-psicológicos sobre o organismo humano, pois a alimentação traz significados, valores e atitudes de consumo nos usos cotidianos, configurando-se como uma autêntica instituição cultural, das sociedades (Barthes, 1997, p.20)¹³⁴.

O autor ainda defende que o alimento *in natura* não tem significados culturais e só ganham sentido na sua transformação segundo o local onde está sendo produzido, sofrendo a interferência da tradição culinária¹³⁵.

A publicidade atua como grande aliada do movimento Slow Food, principalmente na parte da filosofia destacada nesse trabalho, que refere-se a retomada das tradições culinárias, do gosto pelo ato de cozinhar, utilizando produtos de qualidade, de preferência *in natura*, ao invés de enlatados ou congelados e empregando-lhes técnicas de preparo a ponto de transformá-los em deliciosos, apetitosos e visualmente interessantes pratos.

Após anos sob a ditadura da comida industrializada, as pessoas estão se dando conta do mal que fizeram à saúde e ao meio ambiente e buscando formas de tornar a vida mais saudável.

¹³³ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 2.

¹³⁴ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 3.

¹³⁵ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 3.

Como toda tendência, a retomada pela alimentação e pelo ato de cozinhar conta com um número cada vez maior de adeptos e para conseguir agregar o momento à promoção de produtos e conseqüentemente das vendas por parte dos produtores da infinidade de itens que a alimentação e o ato de cozinhar englobam, a publicidade funciona como mensageira, que difunde essa tendência e convence um número cada vez maior de pessoas. O alimento passa a ter valor estético e de status, definindo o que somos pelo que comemos¹³⁶.

Em seus estudos, Barthes revela três categorias essenciais de publicidade¹³⁷:

- ✓ **Publicidade Comemorativa:** o alimento está ligado a algum momento festivo e de comemoração.

- ✓ **Publicidade de Situação:** são apresentadas formas de consumo alimentar, desde a compra, preparo e degustação.

- ✓ **Publicidade de Nutrição e Saúde:** são abordados temas como corpo e nutrição ideal.

Os programas de culinária atuais fazem parte principalmente da Publicidade de Situação, onde o cozinheiro mostra a finalidade dos alimentos e como prepará-los, mas também aproveita para lançar tendências de consumo, por meio de sua linha de produtos. O telespectador encanta-se com os utensílios utilizados, deixando de considerar se consegue reproduzir o que está assistindo e permite que o desejo de consumo seja despertado, gerando uma necessidade quase que instantânea de adquiri-lo.

Os programas também utilizam o conceito de Publicidade Comemorativa e aproveitam para difundir receitas tradicionais e na maioria das vezes lançam livros ligados ao tema.

¹³⁶ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 3.

¹³⁷ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 4.

Seguindo a teoria semiótica de Greimas, que foi um lingüista lituano de origem russa, responsável pelo desenvolvimento da Semiótica Greimasiana, a publicidade Slow Food encontra-se no nível narrativo, que se inicia quando o sujeito desejante recebe a informação, que lhe estimula a buscar a satisfação de seu desejo, dando início ao processo de manipulação. Ao longo da jornada, o receptor adquire competências necessárias para adquirir o objeto desejado e ao final, a sanção, positiva ou negativa, se terá ou não o produto, gerando, em caso positivo, a satisfação e vida ao consumo de mercadorias¹³⁸.

Olhando sob uma ótica positiva, ainda sob o nível narrativo, reparamos que os cozinheiros, ao fazer uso desse tipo de retórica e demonstrando como uma receita é feita, desmistificam a idéia de que cozinhar é difícil e trabalhoso, despertam nos telespectadores o desejo de comer melhor e de forma mais saudável, percebendo os benefícios de cozinhar a própria comida, além de despertar o desejo em proporcionar-se melhor qualidade de vida.

¹³⁸ Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada, TRINDADE, Eneus – 2009, p. 7.

5. ESTUDO DE CASO SLOW FOOD

Os dois estudos de caso abordados a seguir, apresentam retórica baseada na teoria semiótica de Greimas, em um nível analítico mais concreto, o nível discursivo, apresentando os dois sub-níveis: temático e figurativo.

Mesmo seguindo linhas filosóficas diferentes, os dois programas apresentam no nível temático a paixão pelo ato de cozinhar e de comer e no nível figurativo cada um explora padrões de estilo diferentes.

5.1. Programa Jamie Oliver



Figura 15: Jamie Oliver

O programa Jamie Oliver apresenta um chef ligado à terra e seus frutos e à defesa de que os animais tem que ser criados livres e com dignidade. Não se opõem a nenhum tipo de alimento e tenta apresentar uma variedade imensa de tipo de vegetais, cogumelos e carnes de caça aos seus telespectadores.

As imagens são belíssimas e voltadas para a natureza. A cozinha remete ao estilo rústico e o discurso do apresentador busca convencer o receptor de que cozinhar é fácil e rápido, basta descomplicar as receitas.

Os episódios são verdadeiros deleites para o olhar, pois além das animações gráficas e dos sons de passarinhos, a mensagem é clara e o resultado é a vontade de cozinhar assim que o programa termina. O chef busca praticidade e apenas em raros casos utiliza produtos industrializados, fazendo uma verdadeira reverência ao estilo Slow Food.

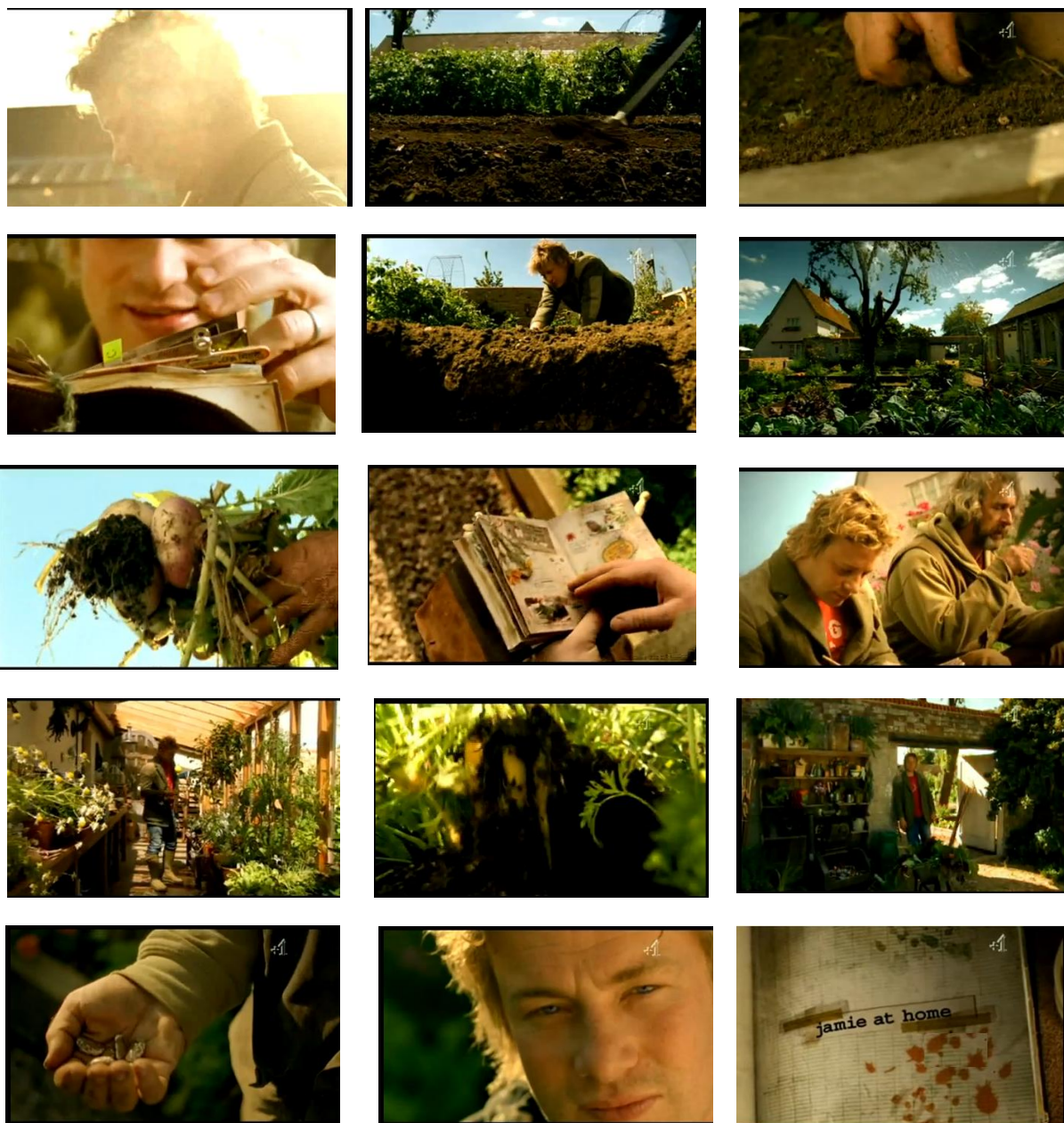


Figura 16: Abertura programa Jamie em casa¹³⁹

¹³⁹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Bu90jsp6nkE>> Acesso em 26/02/11.

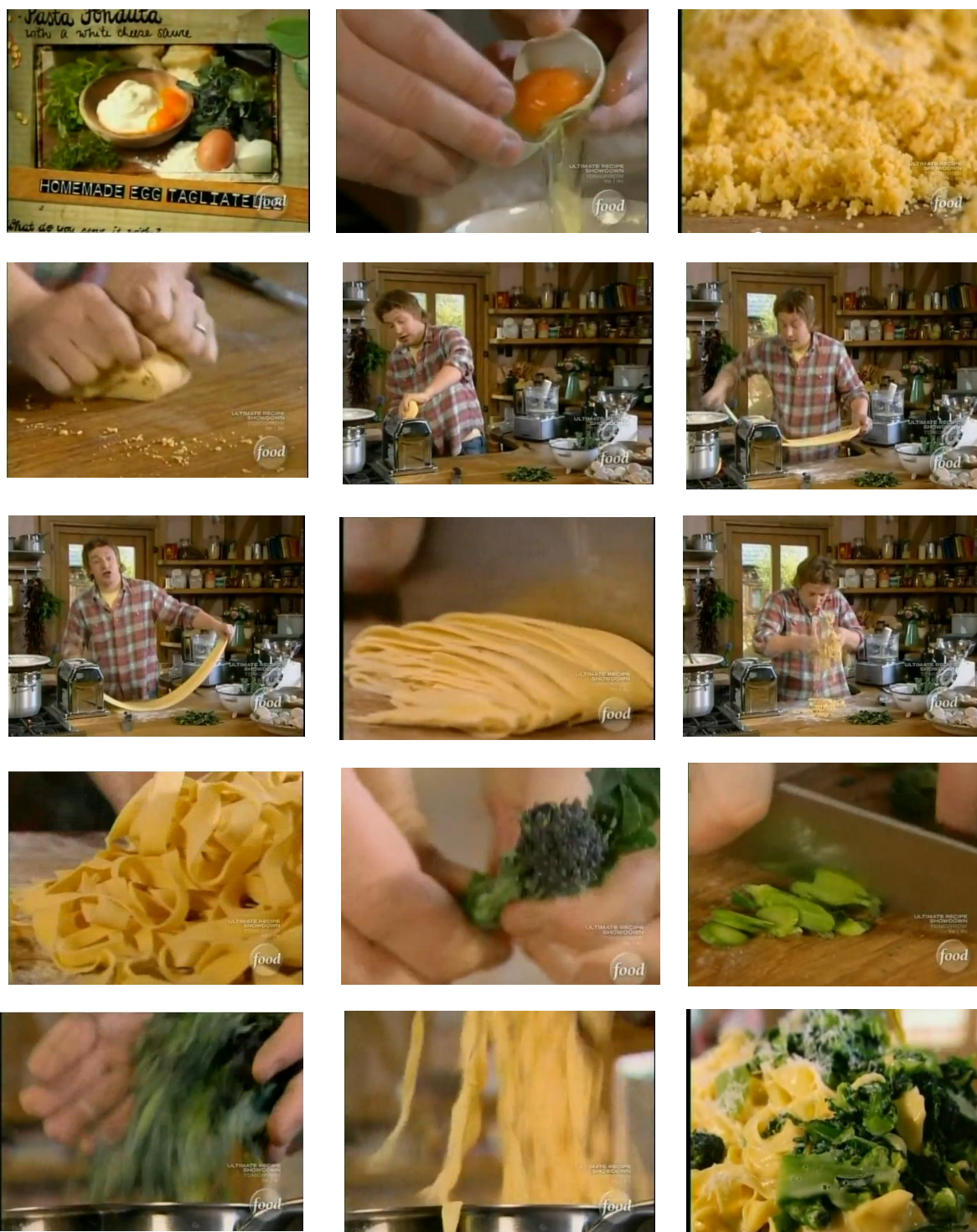


Figura 17: Episódio Tagliatele de massa caseira¹⁴⁰

¹⁴⁰ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=C0XVDpPBHho>> Acesso em 26/02/11.

5.2. Programa Nigella



Figura 18: Nigella Lawson

O programa da chef Nigella apresenta uma mulher prática e contemporânea, que não abre mão de cozinhar, porém utiliza de artifícios que facilitem a tarefa e não a façam refém de uma refeição.

As imagens mostram uma cozinha moderna e equipada, onde todos os utensílios imagináveis estão sempre à mão. Em muitas cenas, mostra-se a dispensa da casa repleta de industrializados.

A favor de alimentos enlatados, congelados e de carnes compradas em supermercado, talvez seja entre os dois casos apresentados o que mais se assemelha a realidade das pessoas que não dispõem de tempo, mas desejam preparar as próprias refeições e de sua família.

O programa não faz analogia à filosofia Slow Food, mas trabalha a idéia, assim como o movimento, de resgatar os prazeres à mesa e a comensalidade familiar, além de utilizar-se muito do discurso temático.

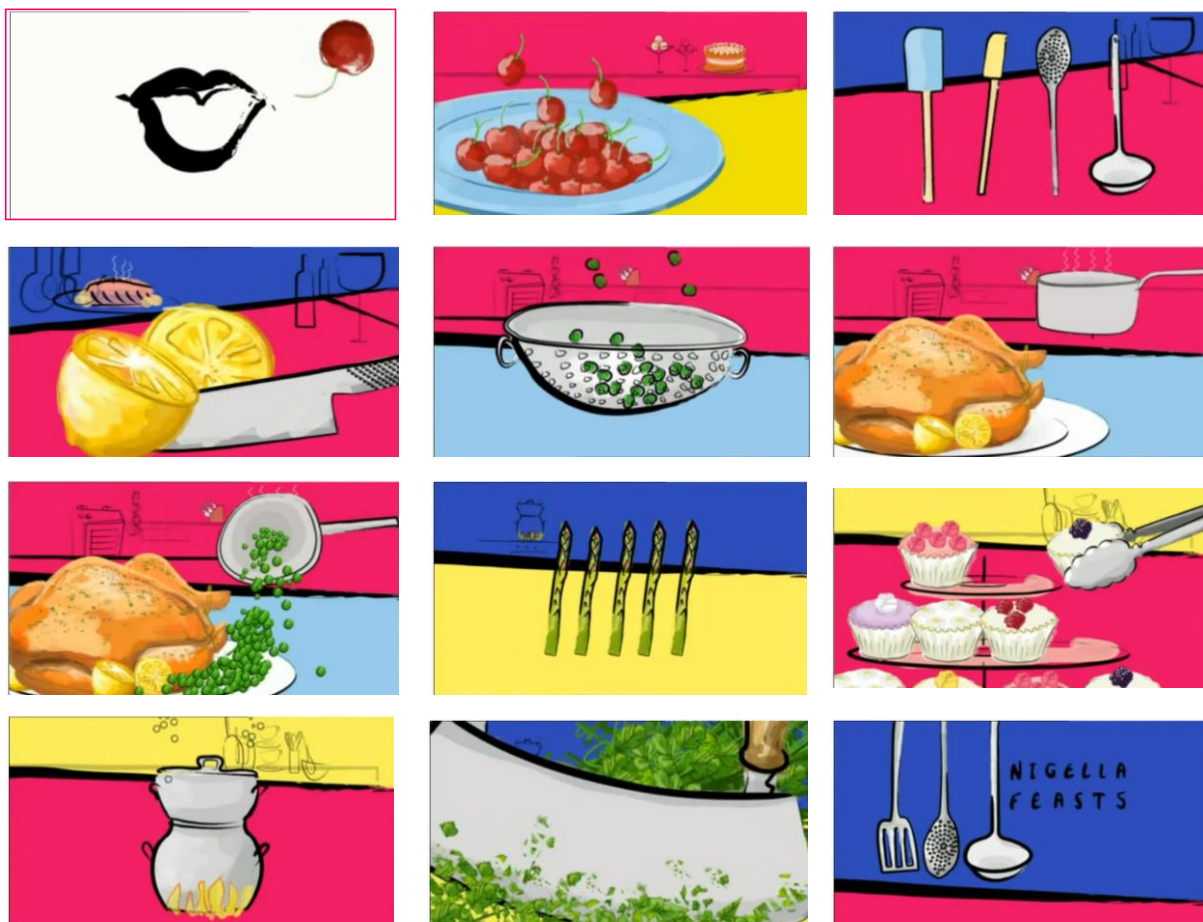


Figura 19: Abertura programa Nigella Feasts¹⁴¹

¹⁴¹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=kGLy1SXUmhE>> Acesso em 26/02/11.



Figura 20: Episódio Feijão com carne moída¹⁴²

¹⁴² Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=kGLy1SXUmhE>> Acesso em 26/02/11.

6. MARCAS E PUBLICIDADE DO SLOW FOOD

6.1. Marcas Slow Food

Um nicho da alimentação explorado pelos cozinheiros da atualizada são os utensílios domésticos e os livros de culinária, assim como todo e qualquer assunto relacionado ao prazer de cozinhar e degustar.

Englobam de utensílios úteis aos superficiais, objetos de enfeite, jogo de panelas, churrasqueiras e até mesmo “jogos americanos” de mesa e blocos de anotação para compras.

As linhas de produtos têm por objetivo atender aos que gostam de cozinhar, por meio de utensílios práticos, aos que gostam de ostentar, com itens diferenciados e sofisticados, mas também aos que desejam unir o prático ao agradável e bonito.

Por levarem o nome do cozinheiro, os produtos tendem a distinguir-se de outros da mesma natureza e assim conquistar um grupo de adeptos consumidores. Além disso, o nome funciona como valor agregado e com isso, seu valor de mercado, no geral é mais alto que dos utensílios tradicionais e são vendidos apenas em lojas especializadas, a fim de manter o status e atender a um público exigente, que valoriza o ter mais do que o fazer e tem condições de pagar por isso.

Os produtos possuem signos inerentes à marca e ao estilo do cozinheiro e utilizam das cores e designer para criar uma identidade visual a fim de comunicar-se com o público-alvo, desenvolvendo um poder de atração e deixando de ser simplesmente uma ferramenta para o preparo de alimentos e passando a ser objeto de desejo, conferindo a quem os adquire o reflexo de um estilo de vida que será praticado ou idealizado pelo consumidor (pois nem sempre são colocados em uso), como também fonte de status, visto que possuem a mesma função dos utensílios tradicionais, mas seu design diferenciado e marca/valor agregado tiram-no do patamar da funcionalidade e elevam-no para o patamar do simbólico.

6.1.1. Utensílios de Cozinha Jamie Oliver

A linha de produtos Jamie Oliver é mais masculina, mas não impossibilita seu uso por mulheres, podendo ser considerada como uma linha de produtos universal.

Transmitem a idéia de que foram criadas para lidar com alimentos frescos, que não passaram pelo processo de industrialização e processamento, pois englobam, por exemplo, misturador de tempero, pilão para “esmagar” ervas e oleaginosas, extraíndo seu perfume e sabor, máquina de macarrão, que resgata a tradição de massa fresca caseira, churrasqueiras, que remete à vida ao ar livre, entre tantos outros.

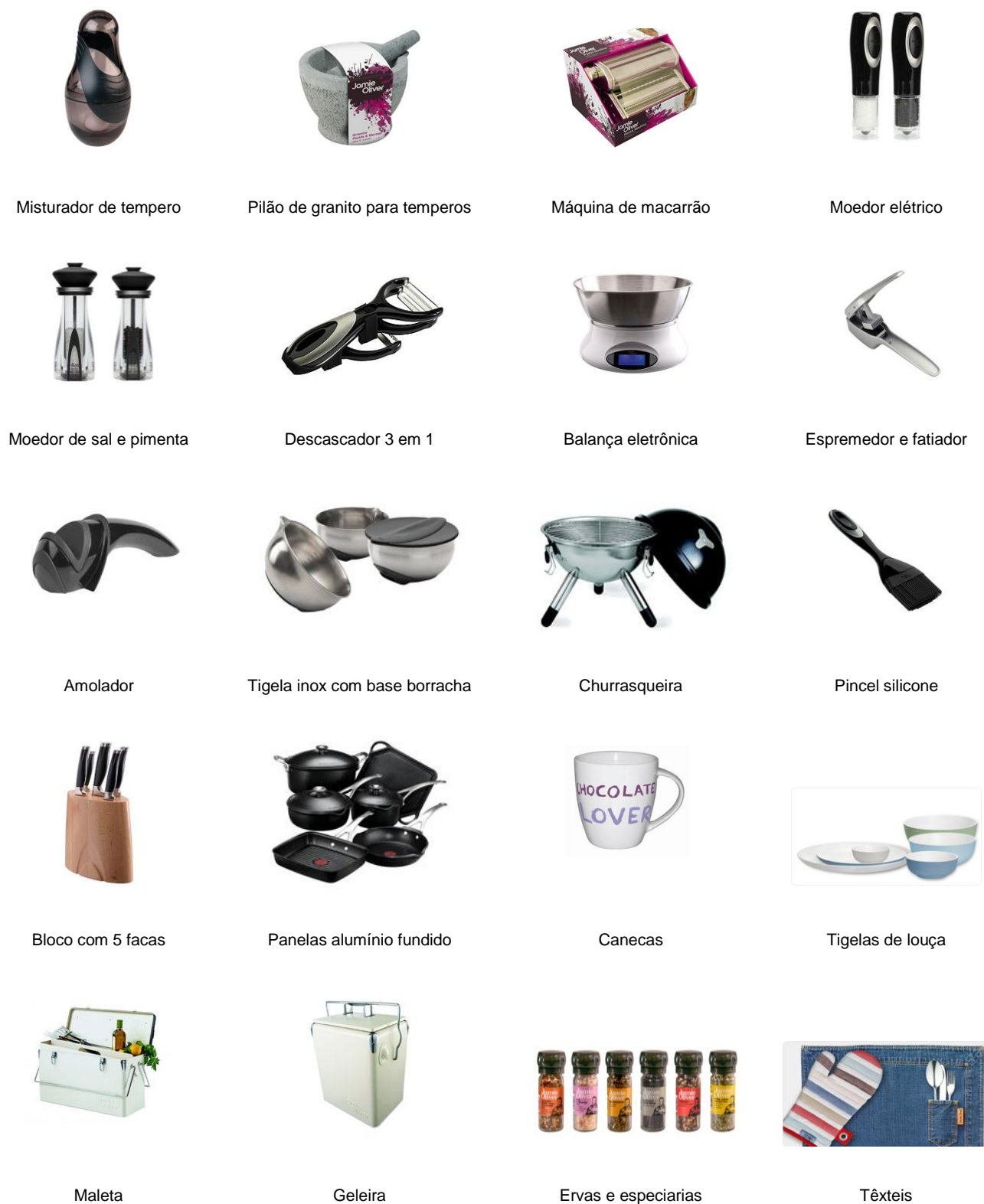


Figura 21: Linha de produtos Jamie Oliver¹⁴³

¹⁴³ Disponível em: <<http://www.spicy.com.br/DetailheProduto.aspx?idProdutoSku=YZK6IR1143>> / <<http://www.jamieoliver.com/products/>> Acesso em 23/02/11.

6.1.2. Livros Jamie Oliver

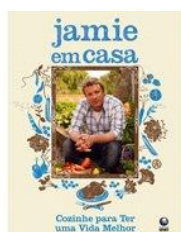
Os livros Jamie Oliver buscam retratar e resgatar tradições culinárias, além de apresentarem aos leitores propostas de comidas rápidas e saudáveis, defendendo a idéia que não é apenas a comida “magra” que faz bem, mas uma comida bem preparada, que utilize gordura natural ou manteiga de boa qualidade em seu feitiço, também fazem bem à saúde, além de proporcionar satisfação e prazer à refeição, idéias largamente difundidas pelo Slow Food.

O livro que pode ser considerado um tributo ao Slow Food é o intitulado “Jamie em Casa”, onde o cozinheiro abre as portas de sua residência rural na Inglaterra e realiza o preparo de pratos utilizando produtos provenientes de sua horta, ovos de suas galinhas criadas ao ar livre e do consumo de carnes de animais que deixa sob a guarda de criadores locais.

Os demais exemplares, mesmo não conferindo às suas páginas a filosofia do movimento Slow Food, sempre priorizam a utilização de alimentos e carnes frescas.



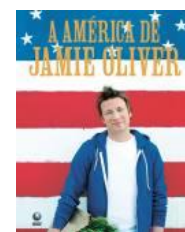
A Itália de Jamie



Jamie em casa



O Chef sem mistérios



A América de Jamie Oliver



Cozinhar com Jamie Oliver



Revolução na cozinha



O Chef sem mistérios



Refeições de 30 minutos

Figura 22: Livros Jamie Oliver¹⁴⁴

¹⁴⁴ Disponível em:
http://www.livrariacultura.com.br/scripts/busca/busca.asp?palavra=jamie+oliver&tipo_pesq=&tipo_pesq_new_value=false
 Acesso em 23/02/11.

6.1.3. Utensílios de Cozinha Nigella

A linha de produtos Nigella remete ao universo feminino e torna-a quase que inadequada para cozinheiros do sexo masculino e assim como seu programa, transmite a idéia de mulher prática, urbana, globalizada e independente.

Seus produtos englobam todas as áreas de uma cozinha, desde manteigueira a panelas, mas também futilidades, como lista para compras, chaveiro e mouse pad.

São produtos que lembram praticidade e não remetem necessariamente à utilização de alimentos frescos.



Mantegueira



Suporte para bolo



Espregedor de laranja



Tábua de corte



Jarra de Medidas



Bule



Açucareiro



Utensílios



Medidores



Colheres de medida



Coador



Tagine



Panela para paella



Marmitout



Caçarola



Xícaras



Mouse pad



Etiquetas



Chaveiro



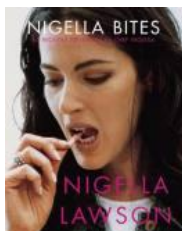
Bloco lista de compras

Figura 23: Linha de produtos Nigella¹⁴⁵

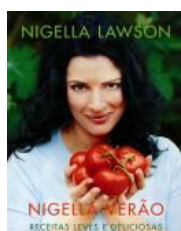
¹⁴⁵ Disponível em: <<http://musicologo.blogspot.com/2010/06/nigella-lawson.html>> Acesso em 27/02/11.

6.1.4. Livros Nigella

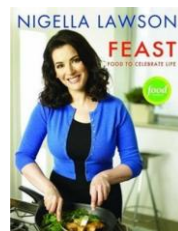
Os livros têm características temáticas como verão, festa e comida rápida. As receitas envolvem muitos alimentos enlatados e industrializados, pois seguem a filosofia da chef de cozinhar sem ter muito trabalho nem desprender horas na cozinha.



Nigella Bites



Nigella Verão



Feast



Nigella Express

Figura 24: Livros Nigella¹⁴⁶

¹⁴⁶ Disponível em: <<http://musicologo.blogspot.com/2010/06/nigella-lawson.html>> Acesso em 27/02/11.

CONCLUSÃO

A alimentação sempre será a forma mais genuína de unir as pessoas. Muito se tem progredido no sentido de mudar os hábitos alimentares, incluindo alimentos saudáveis e de qualidade nas refeições, mas por mais que as mudanças sejam reais, por muito tempo, o Fast Food e o Slow Food seguirão como tendências antagônicas e talvez esse quadro nunca deixará de existir, seja pela falta de tempo ou porque muitos ainda acham que cozinhar é um ato cansativo e trabalhoso.

Para as pessoas, a mudança em seus costumes pode parecer um grande passo, mas para o planeta ainda é um primeiro engatinhar, porém o mais importante é que aos poucos, as pessoas estão retomando o gosto pelo ato de cozinhar, resgatando receitas de família e se dando conta que um alimento livre de conservantes e agrotóxicos, que teve a oportunidade de crescer no seu tempo, tem mais sabor do que o comprado em supermercados, proveniente da indústria agrícola que visa o lucro e não o sabor.

As famílias tendem cada vez mais a dar importância para as refeições e provavelmente, as novas famílias já terão adquirido o costume de jantar à mesa ao invés de a frente da televisão, dando mais espaço para o diálogo e o conhecimento mútuo, ao contrário dos dias atuais, onde muitas vezes, os moradores de uma mesma casa são estranhos uns aos outros.

O Slow Food já se posiciona como tendência mundial, mostrando os benefícios de um alimento livre de agrotóxico, da alegria de preparar a refeição e reunir-se para comer e do respeito ao agricultor, que desempenha um papel importante para que as pessoas tenham alimentos de qualidade em suas mesas.

BIBLIOGRAFIA

FLANDRIN, Jean Louis e MONTANATI, Massimo, **História da alimentação**. 6.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FIORIN, José Luiz, **Elementos de Análise do Discurso**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 1990.

NAISBITT, John e ABURDENE, Patrícia, **Megatrends 2000**. São Paulo: Grupo Amana-Key, 1990.

PENN, Mark.J, **Microtendências**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2008.

NAISBITT, John, **Megatendências**. São Paulo: Editora nova Cultural, 1983.

PETRINI, Carlos, **Slow Food: princípios da nova gastronomia**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

MORACE, Francesco, **Consumo autoral: as gerações como empresas criativas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

TRINDADE, Eneus, **Contribuições Semióticas ao Estudo da Publicidade de Alimentos: Uma Revisão Teórica Aplicada**, Rio de Janeiro: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009.

PEREZ, Clotilde, **Semiótica Aula 1**. Em apostila do curso Pesquisa de Mercado em Comunicações ECA/USP. São Paulo, 2007

.

Pesquisa Brasil Food Trends 2020. São Paulo: Fiesp e Ital, 2010. Disponível em http://www.brazilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html - Acesso em 21/02/2011

Crianças obesas têm mais chance de sofrer de problema do coração igual aos adultos. R7. Disponível em <http://noticias.r7.com/saude/noticias/criancas-obesas-tem-mais-chance-de-sofrer-de-problema-do-coracao-igual-aos-adultos-20101026.html> - Acesso em 26/02/2011

O lado escuro da comida, por Claudia Carmello, Barbara Axt, Eduardo Sklarz e Alexandre Versignassi. Disponível em <http://super.abril.com.br/alimentacao/lado-escuro-comida-614494.shtml> - Acesso em 21/02/2011

Por que cresce o consumo de alimentos orgânicos? Por Louise Katherine. Disponível em <http://papodegordo.mtv.uol.com.br/2010/07/07/por-que-cresce-o-consumo-de-alimentos-organicos/> - Acesso em 21/02/2011

A Juventude dos anos dourados: o tradicionalismo pós-guerra e a ruptura rebelde como prenúncio de revolução e vontade de liberdade. Enviado por: Fernando Fileno. Disponível em <http://www.fflch.usp.br/dh/lemad/?p=765> - Acesso em 21/02/2011

Alimentação na Idade Média. Disponível em <http://historianovest.blogspot.com/2009/12/alimentacao-na-idade-media.html> - Acesso em 17/02/2011

Os alimentos na Europa - Idade Moderna. Disponível em: <http://bloghistoriadores.blogspot.com/2011/01/os-alimentos-na-europa-idade-moderna.html> - Acesso em 17/02/2011

Homo Habilis. Disponível em: <http://bloghistorico7.wordpress.com/2007/01/15/homo-habilis/> - Acesso em 05/02/2010

Produtos Jamie Oliver. Disponível em:

<http://www.spicy.com.br/DetalheProduto.aspx?idProdutoSku=YZK6IR1I43> – Acesso em 23/02/2011

Disponível em: <http://www.jamieoliver.com/products/> - Acesso em 23/02/2011

<http://musicologo.blogspot.com/2010/06/nigella-lawson.html>

Livros Jamie Oliver. Disponível em:

http://www.livrariacultura.com.br/scripts/busca/busca.asp?palavra=jamie+oliver&tipo_pesq=&tipo_pesq_new_value=false – Acesso em 23/02/2011

Jamie at home with Olive Oil. Disponível em

<http://www.youtube.com/watch?v=Bu90jisp6nkE> – Acesso em 26/02/2011

Jamie at Home - Homemade Egg Tagliatelle. Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=C0XVDpPBHho> – Acesso 21/02/2011

Produtos Nigella. Disponível em: <http://musicologo.blogspot.com/2010/06/nigella-lawson.html> - Acesso em 27/02/2011

Nigella Feasts - E01 Crowd Pleasers Part 1/3. Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=kGLy1SXUmhE> – Acesso em 27/02/2011

Slow Food. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/> - Acesso em 23/02/2011

Alimentos Orgânicos. Disponível em:

<http://www.planetaorganico.com.br/news.htm> - Acesso em 22/02/2011

Veganismos. Disponível em:

http://www.sociedadevegana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=24:veganismo&catid=18:textos-fundamentais&Itemid=15 – Acesso em 22/02/2011

Vegetarianismo. Disponível em:

http://www.sociedadevegana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=25:vegetarianismo&catid=18:textos-fundamentais&Itemid=15 – Acesso em 22/02/2011

Algirdas Julius Greimas. Disponível em:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Algirdas_Julius_Greimas - Acesso em 27/02/2011

Roland Barthes. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Roland_Barthes -

Acesso em 27/02/2011