

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**

**TÉRCIA PEREIRA DE ARAÚJO LIMA**

**FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA: UM  
ESTUDO COM OS CHEFES DE COZINHA NA CIDADE DE  
JOÃO PESSOA (PB)**

**SÃO PAULO**

**2010**

**TÉRCIA PEREIRA DE ARAÚJO LIMA**

**FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA: UM  
ESTUDO COM OS CHEFES DE COZINHA NA CIDADE  
DE JOÃO PESSOA (PB)**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Hospitalidade, área de concentração em Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, sob orientação do Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento.

**SÃO PAULO**

**2010**

**TÉRCIA PEREIRA DE ARAÚJO LIMA**

**FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM GASTRONOMIA: UM  
ESTUDO COM OS CHEFES DE COZINHA NA CIDADE  
DE JOÃO PESSOA (PB)**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Hospitalidade, área de concentração em Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, sob orientação do Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento.

Aprovada em 03/09/2010

---

Prof. Dr. Renê Corrêa do Nascimento  
(orientador)  
Universidade Anhembi Morumbi

---

Profa. Dra. Elizabeth K. Wada  
Universidade Anhembi Morumbi

---

Prof. Dr. Luis Gonzaga G. Trigo  
Universidade de São Paulo

A minha mãe, a pessoa mais especial e que mais amo nesta vida, principalmente, porque sempre soube me dar amor, força e condições, que me permitiram concluir este curso, e que, com dignidade e sabedoria, me ensinou a viver,  
Dedico!

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, por me capacitar, iluminando os meus pensamentos e conduzindo a minha vida pelos mais retos caminhos; sempre me enchendo de força nos momentos mais difíceis e não permitindo que eu fraquejasse ou desistisse;

A minha família que, mesmo longe, soube, sem medir esforços, compreender a minha ausência, me apoiando nessa conquista e acreditando em mim;

Aos meus irmãos, Rodrigo e Alexandre, amigos e conselheiros imbatíveis, que estão comigo para o que der e vier;

A minha amiga-irmã, Marília, pela doçura e prontidão todas as vezes em que recorri a ela. Obrigada, amiga, pela fundamental ajuda nos momentos mais difíceis!

As minhas amigas Alessandra (Alê), Cislene (Cis) e Jiovana (Ji), por toda a generosidade e carinho com que me acolheram sendo, para mim, a extensão da minha família em São Paulo. Amigas, obrigada por terem praticado comigo os conceitos da Hospitalidade!

Aos colegas do Mestrado, por todos os momentos compartilhados e por terem me dado a honra de conhecê-los;

Ao meu querido orientador, Renê, por ter acreditado na minha competência e, com muito carinho e paciência, me auxiliou nessa caminhada;

A todos os profissionais que se disponibilizaram a participar deste trabalho, especialmente, aos chefes de cozinha que, com boa vontade e paciência, se dispuseram a me atender;

Aos profissionais da Universidade Anhembi Morumbi, especialmente, aos professores do Programa, pelo convívio e os ensinamentos;

A todos que, de certa forma, contribuíram para essa vitória, meus eternos agradecimentos!

*O prazer da mesa pertence a todas as épocas, todas as condições, todos os países e todos os dias; pode se associar a todos os outros prazeres, e é sempre o último para nos consolar da perda desses.*

*(Brillat-Savarin)*

## RESUMO

O significativo aumento no número de Cursos de Gastronomia, bem como o “glamour” que o profissional dessa área adquiriu, em especial, nos últimos dez anos, vêm despertando interesse na maior parte das camadas de conhecimento da sociedade, além de instigar pesquisas de cunho científico nesse campo de atuação. Turismo e hospitalidade são setores que movimentam e impulsionam, com significativos resultados, a economia de uma destinação turística e entende-se que a Gastronomia e seus derivados são elementos determinantes desse cenário. Portanto, objetiva-se, com este estudo, avaliar a formação dos profissionais chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, levando-se em consideração, principalmente, aspectos ligados à origem e ao histórico profissional que os levaram a escolher essa profissão por essas pessoas. No decorrer desta investigação, em relação aos procedimentos metodológicos, foi efetivada uma pesquisa bibliográfica, seguida de pesquisa de campo, utilizando-se de métodos exploratórios de caráter qualitativo, que se dará por meio da aplicação de entrevistas semiestruturadas, com os profissionais chefes de cozinha selecionados a partir de critérios de amostragem não probabilísticos por julgamento. Buscam-se, a partir da análise de conteúdo das informações dos respondentes, respostas conclusivas à realidade ou não da formação profissional formal dos sujeitos nos resultados de mercado na área de alimentos e bebidas. Os resultados identificaram que, dos seis chefes entrevistados, apenas um tem formação superior formal, e dois estão cursando o nível universitário. Os demais que não concluíram o ensino médio afirmaram que sentem muita vontade de concluir os estudos, exceto um dos entrevistados. Eles foram unânimes em afirmar que, para ser chefe de cozinha, é importante ter a formação superior na área, mas apenas dois disseram que a falta de estudo não dificultou em nada sua entrada no mercado de trabalho. Em contrapartida, ao traçarem o perfil de um chefe de cozinha, apenas um respondente ressaltou a importância de esse profissional ter uma formação superior. Contudo, a partir dos resultados da pesquisa, considera-se que a formação técnica e/ou superior constitui-se um fator importante, além de agregar valor ao profissional, que ingressa no mercado de trabalho mais seguro e conhecedor da profissão, tanto em termos práticos quanto teóricos.

**Palavras-chave:** Gastronomia. Formação profissional. Mercado de trabalho. Chefe de cozinha. Cidade de João Pessoa.

## ABSTRACT

The significant increase in the number of gastronomy courses, as well as the “glamour” that the professional in the field acquired, especially in the past ten years, has been increasing the interest in the layers of knowledge in society, besides encouraging researches of scientific nature in this field of work. Tourism and Hospitality are sectors that are moving and boosting, with significant results, the economy of tourist destinations and it is understood that the Cuisine and its derivatives are key elements in this scenario. Thus, the objective of this study is to evaluate the training of professional chefs in the city of João Pessoa considering, specially, aspects of origin and professional background that led these people to choose this occupation. During this investigation, in relation to methodological procedures, a bibliographic research followed by a field research was performed, through exploratory methods of qualitative character, that happened through the application of semi-structured interviews, with professional chefs selected from non-probabilistic sampling criteria by judging. It seeks, through the analysis of content of the information from the respondents, conclusive answers from the reality or not of the formal professional training of the individuals in market outcomes in the area of Food and Beverage. The results indicated that only one of the six interviewed chefs has formal superior training and only two are enrolled in university level. The others who have not completed high school said that they felt a great desire to complete their studies, except for one of the interviewed. They were unanimous in saying that to be a chef it is important to have superior education in the area, but only two said that the lack of studies did not make it more difficult at all to their entry into the labor market. On the other hand, while tracing the profile of a chef, one respondent highlighted the importance of having a superior training. Yet, from the results, it is considered that the technical and / or superior training is an important factor, besides adding value to the professional who enters the labor market more secure and knowledgeable of the profession both in practical and theoretical terms.

Keywords: Culinary. Professional training. Labor market. Chef. João Pessoa city.



## **LISTAS DE QUADROS**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>QUADRO 1 – EVOLUÇÃO DA GASTRONOMIA.....</b>                                     | <b>18</b> |
| <b>QUADRO 2 – DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE CURSOS DE GASTRONOMIA POR ESTADO .....</b> | <b>44</b> |

## **LISTA DE FIGURA**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>FIGURA 1 – MAPA POLÍTICO DA EUROPA .....</b>                              | <b>25</b> |
| <b>FIGURA 2 – CICLO DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL.....</b> | <b>58</b> |

## **LISTA DE GRÁFICO**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE CURSOS DE GASTRONOMIA POR ESTADO .....</b> | <b>44</b> |
|---|-----------|

## LISTAS DE TABELAS

|   |     |
|---|-----|
| TABELA 1 – CLASSES DE ATIVIDADE NO VALOR ADICIONADO A PREÇOS BÁSICOS E COMPONENTES DO PIB PELA ÓTICA DA DESPESA ..... | 40  |
| TABELA 2 –CONTAS NACIONAIS TRIMESTRAIS - INDICADORES DE VOLUME E VALORES CORRENTES.....                               | 40  |
| TABELA 3 – ÍNDICE DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA POR UNIDADE DE FEDERAÇÃO.....                             | 106 |
| TABELA 4 – VARIAÇÃO DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA POR ATIVIDADE E UNIDADE DE FEDERAÇÃO .....              | 107 |
| TABELA 5 – VARIAÇÃO DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA POR ATIVIDADE E UNIDADE DE FEDERAÇÃO .....     | 108 |
| TABELA 6 – VARIAÇÃO DO VOLUME DE VENDAS NO COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO POR ATIVIDADE E UNIDADE DE FEDERAÇÃO .....     | 109 |

## LISTAS DE SIGLAS

|                |   |
|----------------|---|
| <b>ABIA</b>    | Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação         |
| <b>ABRASEL</b> | Associação Brasileira de Bares e Restaurantes               |
| <b>A&amp;B</b> | Alimentos e Bebidas   |
| <b>CIA</b>     | The Culinary Institute of America                           |
| <b>CNCST</b>   | Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia        |
| <b>CNE/CES</b> | Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior   |
| <b>FAT</b>     | Fundo de Amparo ao Trabalhador                              |
| <b>IBGE</b>    | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística             |
| <b>INEP</b>    | Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais      |
| <b>MEC</b>     | Ministério de Educação                                      |
| <b>PIB</b>     | Produto Interno Bruto                                       |
| <b>SENAC</b>   | Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial                  |
| <b>SETDE</b>   | Secretaria de Estado do Turismo e Desenvolvimento Econômico |
| <b>UFBA</b>    | Universidade Federal da Bahia                               |
| <b>UFC</b>     | Universidade Federal do Ceará                               |
| <b>UFRPE</b>   | Universidade Federal Rural de Pernambuco                    |
| <b>UNIVALE</b> | Universidade Vale do Itajaí                                 |

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO .....   | 11  |
| DELIMITAÇÃO DO ESTUDO .....  | 14  |
| ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO .....  | 15  |
| 1 BREVE RESGATE HISTÓRICO DA GASTRONOMIA.....                            | 17  |
| 1.1 Origens da gastronomia .....   | 19  |
| 1.2 A Gastronomia no Brasil.....   | 26  |
| 1.3 Surgimento dos negócios em Gastronomia.....                          | 30  |
| 2 MERCADO DE TRABALHO & CHEFE DE COZINHA .....                           | 39  |
| 2.1 Surgimento da profissão no Brasil .....                              | 41  |
| 2.2 Formação profissional em Gastronomia.....                            | 46  |
| 2.3 Treinando e qualificando o profissional de A&B.....                  | 49  |
| 3 A PESQUISA .....   | 60  |
| 3.1 Procedimentos metodológicos.....                                     | 60  |
| 3.2 Descrição das informações estruturadas no roteiro da entrevista..... | 64  |
| 3.3 Resultados e discussões.....   | 71  |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS.....  | 90  |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....  | 94  |
| BIBLIOGRAFIA AMPLIADA .....  | 100 |
| APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS .....                                | 102 |
| ANEXO A – TABELAS .....  | 105 |

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, pôde-se perceber um aumento significativo no interesse pela gastronomia motivado, especialmente, pela maior divulgação sobre o assunto nos meios de comunicação bem como pelo acesso à internet. Ao longo da evolução da sociedade, o processo de alimentação passou por várias etapas, desde o Período Paleolítico até os dias atuais, quando o homem dispõe de uma gama de sabores a ser apreciada, construída a partir de experiências pelas quais passam em sua vida.

As sociedades modernas, consideradas assim a partir das últimas décadas do Século passado, são altamente competitivas, uma vez que se movimentam em um ritmo acelerado, no qual o homem parece estar numa permanente luta contra o tempo. Mudanças nos hábitos e nos costumes foram sendo identificadas à medida que a sociedade, por algum motivo, foi se transformando e se adaptando às novas formas de viver. E com a gastronomia, isso também não foi diferente, haja vista a relação dessa atividade com as relações sociais.

A partir do fenômeno da globalização, foi possível conhecer os aspectos desenvolvidos da cultura de cada lugar trazendo, também, para o mundo características singulares da gastronomia e suas manifestações. É correto afirmar que essas manifestações e os hábitos alimentares definem a cultura de um país, mostram tradições, modos de convivência e o gosto coletivo de cada região ou sociedade, além de aspectos como clima e agricultura, por exemplo. Nesse sentido, pode-se citar o Brasil como exemplo, uma vez que é um país com uma cultura culinária muito vasta, o que reflete a condição de país tropical e a facilidade na produção de diversos gêneros alimentícios.

Uma das características da gastronomia é que, mesmo não sendo regra, nasce no ambiente familiar, onde receitas de família são repassadas a cada geração e são, gradativamente, aperfeiçoadas e modificadas através dos tempos. A composição química dos alimentos pressupõe-se, não é suficiente para produzir no homem vontade de se alimentar, e o prazer da mesa é uma sensação que advém de várias circunstâncias, fatos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição.

De acordo com Araújo (2000), é necessário tornar os alimentos atraentes, por meio de alguns elementos como a cor, o aroma, a temperatura, a consistência, o estado físico, entre outros que, juntos, aguçam os sentidos. Ainda segundo o autor, a

gastronomia começa com os cuidados dispensados à matéria-prima, altamente perecível e fartamente manipulada, e passa por diversas etapas que envolvem uma arte com um período de exposição muito breve. Seus apreciadores se utilizam de todos os sentidos para apreciá-la e degustá-la.

Outro fator não menos importante que os relatados anteriormente diz respeito à mão de obra que manipula a feitura das refeições, que, por muitas vezes, é caracterizada, nesse segmento, como desqualificada. Entre tantos fatores que colaboram para essa constatação, é possível verificar que isso é resultado da educação brasileira que não é oferecida para parte da população por deficiências estruturais. Nesse sentido, é que se apresenta essa deficiência operacional, pois é dessa massa populacional que sai boa parte das pessoas que vão trabalhar nas cozinhas de estabelecimentos comerciais e/ou institucionais. Ainda como medida referencial dessa reflexão, faz-se necessário lembrar que é por meio do acesso à educação que profissionais competentes serão formados para atuarem no mercado de trabalho, qualquer que seja a área pretendida.

Cabe também registrar que o tema da pesquisa em questão está vinculado à linha de pesquisa “Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade e Turismo” e envolve, *a priori*, a problemática relacionada à formação formal dos chefes de cozinha, na cidade de João Pessoa.

A escolha do tema deve-se à formação profissional da pesquisadora – turismóloga - bem como ao seu envolvimento acadêmico e profissional com a área de Gastronomia. A intenção de trabalhar o tema direcionado à mão de obra desse setor foi responsável pelo envolvimento que desencadeou no interesse de estudar e pesquisar a gestão de pessoas na área de Gastronomia, levando-se em consideração o seu talento ou a sua aptidão desenvolvida, quer seja por meios de formação acadêmica ou não.

Esta pesquisa contempla também algumas áreas da hospitalidade, na qual se desenvolve este estudo. Pode-se dizer, com base em estudos anteriores de caráter científico, que a hospitalidade é alicerçada, principalmente, a partir da linha de pensamento francesa fundamentada no conceito “**dar-receber-retribuir**”, embasada por Godbout (1997), que envolve muito mais a questão do comportamento e do convívio entre as pessoas, e que, neste trabalho, será referenciado por Camargo (2004). Contudo, vale ressaltar que a hospitalidade também é vista e analisada sob a perspectiva inglesa que prioriza a hospitalidade pública e comercial e que neste estudo será embasada de acordo com os conceitos propostos por Lashley (2004).

Verifica-se, portanto, que o estudo da hospitalidade envolve, particularmente, a análise do comportamento humano dentro das relações interpessoais.

Segundo Camargo (2004), o termo hospitalidade é repleto de incertezas que permeiam as relações humanas, porquanto elas podem ser vistas e analisadas com base no entendimento das escolas citadas acima e que se pretende seguir.

Para uma melhor compreensão, a linha de pensamento adotada nesta pesquisa será uma mescla dos conceitos sugeridos a partir da hospitalidade inglesa e francesa, fundamentadas por Lashley (2004) e Camargo (2004), respectivamente. Trata-se, portanto, de analisar o tema proposto levando-se em consideração, especialmente, aspectos da hospitalidade comercial.

Portanto, busca-se, com esta pesquisa, avaliar a formação dos profissionais chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, quanto ao seu conhecimento teórico-prático, considerando-se, principalmente, aspectos ligados à origem e ao histórico profissional que os levaram a escolher essa profissão.

Para alcançar tal objetivo, é essencial traçar alguns caminhos que possibilitarão a realização da pesquisa. No entanto, será necessário mapear esses profissionais, bem como correlacionar a importância da formação profissional com os fatores que influenciaram a escolha da profissão, além de descrever o percurso desses trabalhadores até se tornarem chefes de cozinha.

A construção dessa pesquisa se deu em virtude do problema abordado apresentado mediante a pergunta: O que os chefes de cozinha pensam em relação à formação superior para a sua profissão?

Decorrente dessa problemática algumas hipóteses foram sugeridas a fim de serem testadas e comprovadas no transcorrer do trabalho. Segundo Dencker (1998) a hipótese é uma suposta resposta antecipada dada ao problema de pesquisa que neste caso são:

1 – Considerando ser recente a formação superior em Gastronomia, os chefes de cozinha, objeto desta pesquisa, acreditam que não é necessário passar pelo ensino universitário.

2 – Os chefes de cozinha são pessoas provenientes de classes sociais inferiores, que alcançaram esse cargo porque fizeram carreiras dentro da empresa.

Nesse diapasão é apresentada a metodologia usada neste trabalho que se caracteriza por ser uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva e exploratória. Num

primeiro momento foi feita uma pesquisa bibliográfica acerca do assunto pesquisado. Visando atingir os objetivos deste estudo foram feitas entrevistas com os sujeitos da pesquisa – chefes de cozinha, gestor do setor de alimentos e bebidas e um instrutor do curso de cozinheiro. Após o término das entrevistas utilizou-se a técnica da análise de conteúdo para tratar os dados coletados.

Foi escolhido esse método em virtude da tipologia da pesquisa e, também, para aproveitar ao máximo as informações cedidas pelos entrevistados. De acordo Minayo (2003) a análise de conteúdo visa verificar hipóteses e/ou descobrir, a partir da análise e interpretação, o que está implícito nas informações obtidas.

As entrevistas foram realizadas com oito profissionais da área da gastronomia na cidade João Pessoa. Desses profissionais, seis são cozinheiros intitulados como chefes de cozinha; um é gestor da área em questão e um é instrutor do Curso de Cozinheiro Internacional em uma renomada escola especializada em cursos profissionalizantes, na cidade objeto da pesquisa. Faz-se necessário destacar que as pessoas que mais procuram fazer esse tipo curso são indivíduos com baixo nível de escolaridade que almejam embarcar em navios de carga como cozinheiros, em virtude do salário oferecido, bem como curiosos e amantes da culinária.

Sabendo que a qualificação profissional, como uma ferramenta usada para melhorar o desempenho profissional, não garante o desenvolvimento de técnicas e habilidades para se obter sucesso na profissão, este trabalho será conduzido com o intuito de entender o que os profissionais, que lidam com isso, pensam a respeito, e como os gestores gerenciam essas pessoas e caracterizam o mercado de trabalho para elas na cidade delimitada para o estudo.

## **DELIMITAÇÃO DO ESTUDO**

Este trabalho abrange profissionais da área de gastronomia, que ocupam o cargo de chefe de cozinha, bem como gestores da área e o instrutor de curso. Em relação àqueles que atuam como chefes de cozinha, escolheram-se profissionais, graduados ou não, porém que estejam devidamente empregados em estabelecimentos reconhecidos e



que se evidenciam nesse segmento na cidade de João Pessoa. Para tanto, considera-se a amostra de oito profissionais: seis chefes de cozinha, um gestor e um instrutor de cursos dessa área, responsável por formar profissionais que trabalharão nesse segmento na cidade de João Pessoa. Também serão discorridos aspectos relacionados à formação profissional, se existir, bem como à sua trajetória profissional e a assuntos voltados para a gestão.

Sendo assim, para delimitar a pesquisa, são analisados somente os fatores que contribuíram para a escolha da profissão, a trajetória profissional, a importância que esse profissional, independentemente de ser ou não graduado, dá à formação acadêmica e, por fim, ao relacionamento entre o gestor e tal profissional.

## **ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO**

Em relação à organização desta dissertação, procede-se a um embasamento teórico acerca dos temas que envolvem este estudo e que, em sua totalidade, trata-se de aspectos relacionados ao marketing interno, bem como assuntos que versam sobre o setor de serviços, especialmente, alimentos e bebidas. Não se pode deixar de falar, também, sobre a hospitalidade, posto que o setor estudado encontra-se dentro dessa área. Entretanto esse assunto será abordado apenas para situar o leitor quanto ao segmento em que se encontra o objeto de estudo.

Na introdução, são feitas considerações acerca do que será abordado na pesquisa e do conceito de hospitalidade, em que se tem uma visão ampla de que trata o estudo. No decorrer do trabalho, serão discutidos assuntos à luz de conceitos fundamentados teoricamente em bases científicas. Em razão disso, o trabalho obedece, a princípio, à seguinte estrutura:

➤ Considerações iniciais: introdução, em que são apresentados a justificativa, o objetivo geral e os específicos, a relevância do estudo e a delimitação do tema.

Quanto ao referencial teórico e a pesquisa que contempla essa dissertação a distribuição dos capítulos se dá da seguinte forma:

- Capítulo 1: Abordam-se as questões conceituais e históricas acerca do estado da arte e da pesquisa em si, tratando da relevância e dos impactos da gastronomia, especialmente no que tange ao surgimento dos negócios nesse setor;
- Capítulo 2: Versa sobre o perfil profissional dos sujeitos da pesquisa e a área objeto de estudo;
- Capítulo 3: Apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa e, na sequência, o tratamento dos resultados obtidos, os respectivos cruzamentos e suas análises.

Finalizando o presente estudo, é apresentado o resultado da pesquisa, com considerações pontuais que correspondam aos objetivos propostos e que, como informações calçadas em métodos científicos, contribuam para a construção de novos conhecimentos para a área de Gastronomia e sirvam de referência para outros estudos que, porventura, sejam motivados em razão dos atributos e das conclusões desta pesquisa.

## 1 GASTRONOMIA: BREVE RESGATE HISTÓRICO

O prazer do homem relacionado à comida remonta de tempos antigos, pois o alimento acompanha a evolução humana, paralelamente, desde os primórdios de sua existência. A satisfação em se alimentar está em sentir o sabor e o aroma dos alimentos, assim como na maneira como ele deve ser degustado e com que bebida deve ser apreciado. É esse prazer que se transfigura na essência intrínseca à gastronomia.

Desde que começou a ser apreciada de forma mais particular, ainda na Pré-história, conforme afirma Franco (2001), a gastronomia passou por vários estágios de evolução, acompanhando o desenvolvimento da ciência e das sociedades. Pode-se considerar, grosso modo, que a gastronomia, desde o início até os dias atuais, está em constante estado de mutação, uma vez que sua base consiste na inovação e na criação, destacando-se esta última como fator relevante para seu desenvolvimento.

O ato de alimentar-se reflete sobremaneira na educação, na civilidade e na cultura de um povo. Em razão disso, Carneiro (2003), corroborando com Franco (2001), avalia que é muito comum ouvir-se dizer que “alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social”, pois constitui atitudes ligadas aos usos e costumes, protocolos, condutas e situações. Ainda em razão dessas referências, Franco (2001, p. 23) complementa, afirmando que “os hábitos culinários de uma nação não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência e da necessidade do homem de se alimentar. São expressões de sua história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas”.

Os vários estágios de evolução da gastronomia, fazendo uma analogia com o desenvolvimento do homem, são caracterizados e divididos por fases, assim como a humana. Nesse sentido, pode-se entender que, na fase primitiva, era a oferta de alimento que determinava o lugar onde os homens iriam se fixar. E à medida que iam se desenvolvendo, também se desenvolvia a forma de se alimentar, bem como os incrementos à alimentação. Portanto, falar da história da humanidade sem mencionar a gastronomia é quase que impossível, porque a identidade histórico-cultural dos povos está devidamente relacionada e escrita na alimentação. Nesse sentido, Cascudo (2004) afirma que nenhuma atividade será tão permanente na história da humanidade como a

alimentação e que a sociologia da alimentação decorre do próprio fundamento do ato social.

E como resultado dessa interação, tem-se uma mesa colorida, rica em sabores e temperos e sobrecarregada de história, conforme assegura Fernandes (2004).

Para um melhor entendimento dessa evolução, observe-se o quadro a seguir:

| <b>Período</b>                   | <b>Evolução dos hábitos alimentares</b>   |
|----------------------------------|---|
| Paleolítico                      | Nômade – o homem se fixava aonde existia alimento.  |
| Neolítico / Idade dos Metais     | Desenvolvimento e aprimoramento da agricultura e domesticação de animais  |
| Idade Média <sup>1</sup>         | Marcada pelos sabores diferentes: presença de temperos (especiarias); doces (açúcar) e sabores cítricos/ácidos (vinagre e vinho).   |
| Idade Moderna <sup>1</sup>       | Marca o comércio da agricultura e destaque para alimentos como: batata, tomate, milho, arroz entre outros.  |
| Idade Contemporânea <sup>1</sup> | Continuação da evolução alimentar: mais refinamento e variedade de alimentos; desenvolvimento de técnicas e utensílios de uso; aprimoramento das técnicas de conservação e higiene; surgimento dos profissionais – <i>chefs</i> de cozinha. |
| Período atual                    | Inovação nas preparações; manipulação na genética dos alimentos.  |

Quadro 1 – Evolução da Gastronomia<sup>2</sup>

Apesar de todos esses anos de aprimoramento de técnicas e de conhecimento, a essência dessa atividade continua sempre a mesma: alimentar. É bem verdade que esse processo de se alimentar pode acontecer a partir de alguns interesses, que são quase sempre direcionados à satisfação (aspecto nutricional), à sociabilidade e ao prazer de comer. Sendo assim, é indiscutível a ligação entre a evolução do homem e a da gastronomia.

Valendo-se de que a gastronomia, de acordo com autores como Leal (1998) e Franco (2001), tem praticamente a mesma idade da existência humana, será descrito, a seguir, de forma sucinta, um breve panorama da história da Gastronomia.

<sup>1</sup> Períodos marcados pela melhoria na alimentação, oriundos da observação e da interação de povos.

<sup>2</sup> Fonte Própria

## 1.1 Origens da Gastronomia

Adentrando a historiografia relacionada ao tema gastronomia, encontrar-se-ão vestígios de que a atividade iniciou-se, ainda, no período da Pré-história. Segundo Leal (1998), foi após esse momento que o homem teve suas mãos livres para pegar frutos e até caçar, pois foi a partir da caça que ele deixou de se alimentar apenas de vegetais, ampliando, assim, a sua dieta. É importante destacar o valor da alimentação na vida do homem, que, por sua vez, encontrava-se sempre em busca de lugares que lhes oferecessem mais alimento, o que o caracterizou como nômade (LEAL, 1998).

Conforme o tempo passava, o homem ia se adaptando às novas formas de sobreviver e descobrindo maneiras de conservar seus alimentos por mais tempo, de tal modo que, agindo assim, incrementava também o sabor da comida.

A descoberta da agricultura fez o homem se fixar na terra e tirar seu sustento a partir do que ele mesmo plantava. Com a caça e, conseqüentemente, a domesticação dos animais, os homens tiveram que desenvolver formas de conservar por mais tempo esses alimentos. A partir de então, começa a se perceber uma preocupação não só com a durabilidade dos alimentos, mas, também, com suas características organolépticas, pois à medida que eles iam testando formas de conservação, observaram que o sabor, principalmente, dos alimentos mudava. O paladar desses indivíduos tornava-se cada vez mais aguçado. Freixa e Chaves (2008, p. 28) explicam que “os hábitos alimentares não decorriam tão-somente da necessidade de sobrevivência. Já se manifestavam preferências alimentares. E estas se diversificaram à medida que o homem foi se fixando na terra e aproveitando a oferta de produtos locais”.

O fato de ter começado a caçar fez com que os indivíduos dessa época remota vivessem em grupos, pois, além de facilitar a caça, eles dividiam as presas em porções menores que ajudavam na ingestão. Somado a isso, eles também não desperdiçavam alimentos já que desconheciam métodos de conservação e, através de procedimentos próprios, contribuíam para armazená-los e permitir que todas as famílias se alimentassem.

A tendência humana de compartilhar alimento (...) teria se originado quando o homem desenvolveu a capacidade de matar grandes presas. (...) Desconhecendo ainda outros métodos de conservação, além da cocção, via-se obrigado a consumir a caça com certa rapidez. Isso o induziria a dividir com outros caçadores e famílias o produto do seu trabalho (FRANCO, 2001, p. 22)

É a partir da Idade Antiga que avanços mais significativos nessa área começam a ser percebidos. Foi uma época marcada pela produção e invenção do pão, alimento tido como sagrado até os dias atuais, pois passou a ter um caráter simbólico e religioso. Os egípcios foram os grandes responsáveis por essa criação, inclusive pela chamada padaria artística (LEAL, 1998). Vale ressaltar que foi nessa época em que surgiu, segundo Freixa e Chaves (2008, p. 31), “o primeiro registro escrito da profissão de cozinheiro, que data de 2000 a.C.”. É nessa época que se começa a perceber o valor dado ao prazer de comer. Franco (2001) refere que, a evolução da gastronomia é devida, em especial, aos gregos e demais civilizações desenvolvidas ao redor do Mar Mediterrâneo.

Na História Antiga, os primeiros registros escritos de receitas são atribuídos à civilização da Mesopotâmia. Eram de autoria de um cozinheiro, o que comprova o quanto é antiga a profissão. Essas receitas se assemelhavam às de hoje: constavam de caldos de legumes e de carnes [...]. Do Mundo Antigo data também o surgimento de outras profissões da gastronomia: padeiro, confeitoiro e a equipe de serviço, com *sommelier*, *mâitre* e mestre-de-cerimônias, que se desenvolveram com os banquetes regados a vinho e cerveja organizados pela nobreza (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 53).

Leal (1998) afirma, no entanto, que é aos romanos a quem se atribui a criatividade na arte de cozinhar. “Os gregos nunca foram tão imaginativos como os romanos, em matéria gastronômica, e a cozinha, na Grécia, jamais atingiu o nível das outras artes” (FRANCO, 2001, P. 39).

Corroborando com o autor citado anteriormente, Leal (1998) afirma que, mesmo tendo sido os gregos a deixarem os primeiros registros sobre a cozinha, foram os romanos que criaram uma cozinha mais rica e variada. Contudo, foi na Grécia que os cozinheiros, antes escravos, com o passar dos anos e o apreço por tal função, ganharam prestígio dos nobres. Com anos de experiência, o escravo poderia chegar ao status de “mestre da arte”, possivelmente a denominação da época, que hoje é conhecida como chefe de cozinha. Em contrapartida, na Roma Antiga, não havia uma função pré-determinada para a cozinha. Existiam os padeiros, mas a cozinha era tida como um processo rudimentar que não exigia especialidades (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

Assim como na Grécia, em Roma, os cozinheiros também eram tidos como artistas e começaram como escravos. Ter um bom cozinheiro em Roma era um símbolo de ascensão social. No auge da dominação romana pelo mundo, os portos em Roma eram um celeiro de especiarias e ingredientes exóticos, que vinham de todas as partes

do mundo (FRANCO, 2001). Porém, é na Grécia que surge, pela primeira vez, a palavra gastronomia, que, de acordo Freixa e Chaves (2008, p. 42), “relacionava-se aos relatos e conselhos sobre a cultura da alimentação”.

Assim, desde o princípio, a gastronomia acompanha o homem nas mais variadas situações e está presente, também, nos principais momentos de transição da História, bem como, em situações marcantes na trajetória humana. E isso se tem visto, ainda, até nos dias atuais, quando se discute sobre os mais variados temas ao redor da mesa. “Sua influência se exerce em todas as classes da sociedade, pois se é ela que dirige os banquetes dos reis reunidos, também é ela que calcula o número de minutos de ebulição necessários para que um ovo fresco seja cozido ao ponto” (SAVARIN, 1995, p. 58).

A evolução da gastronomia, ao longo do tempo, foi benéfica para toda a humanidade, pois, além de identificar hábitos culturais e caracterizar uma sociedade, também contribuiu para a geração de novos conceitos culinários e, por conseguinte, de higiene.

Com o respaldo de Freixa e Chaves (2008, p. 28), pode-se afirmar que “os povoados mais primitivos de que se tem registro se fixaram, em cerca de 10000 a.C., nos vales férteis do Rio Nilo (Egito), no delta, entre os Rios Tigre e Eufrates (Mesopotâmia), na bacia do Rio Amarelo (China) e no vale do Rio Indo (Índia)”.

A localização dessas civilizações próximas a rios permitiu a cultura agrícola e ampliou, ainda mais, a dieta dos povos primitivos. As refeições começaram, provavelmente, no momento em que a espécie humana deixou de se alimentar de raízes e frutas, pois a preparação e a distribuição das carnes que eles adquiriam por meio da caça exigiam maiores atenção do grupo. A caça de grandes presas permitiu ao homem juntar-se a outros grupos para dividir o alimento. Dessa maneira, iniciou o processo de hospitalidade, caracterizado como o ato social na relação entre pessoas, que proporcionava, desde então, o convívio.

Nesse processo de construção da história da evolução humana, assim como da gastronomia, muitas foram as terras invadidas e grandes as batalhas travadas. E, à proporção que novos territórios eram conquistados, novos alimentos e formas de se alimentar eram, também, incorporados à civilização, refinando, cada vez mais, o paladar dessas pessoas. Convém lembrar que não somente os alimentos eram somados, mas a cultura e os hábitos do povo da região conquistada.

No transcorrer dos anos, as pessoas foram incrementando o ato de comer, contudo, sempre respeitando suas origens e tradições, pois a preparação do alimento tanto engloba questões culturais quanto identifica a herança familiar e a condição social. Isso conferiu a cada civilização especializar-se em determinados aspectos em consonância à sua localização, tradição e influência, o que resultou, mais tarde, em um cardápio bastante variado e incorporado à dieta de inúmeros outros povos do universo.

Nesse primeiro momento, foram os egípcios, gregos e romanos, respectivamente, que construíram a base da culinária existente no mundo que, posteriormente, foi aprimorada pelos franceses e, em seguida, pelos demais povos da Europa ocidental.

Toda cozinha tem a marca do passado, da história, da sociedade, do povo e da nação à qual pertence. Cozinhar é uma ação cultural que nos liga sempre ao que fomos, somos e seremos e, também, com o que produzimos, cremos, projetamos e sonhamos (Leal, 1998, p. 8).

Em toda sociedade tradicional, os momentos de transição da vida humana são comemorados com antigos rituais. O alimento sempre esteve associado, de maneira íntima, a essas comemorações e é, muitas vezes, parte essencial dos ritos. Os momentos comemorativos, sejam eles de nascimento, casamento e até mesmo de morte, constituem-se em rituais de passagem e que tem sua simbologia e pratos especiais preparados unicamente com a finalidade de atender a cada tipo de cerimônia. Mas, à medida que as técnicas de preparação do alimento iam ganhando notoriedade entre as sociedades, os responsáveis por essas preparações também se destacavam, e a função de cozinheiro passava a ter cada vez mais importância.

[...] muitos cozinheiros acabaram se tornando figuras respeitadas e estimadas socialmente. Passou a existir uma hierarquia na cozinha: o cozinheiro-chefe se encarregava de controlar o fogão, e o cozinheiro-assistente preparava as massas, moendo o trigo e fazendo os recheios (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 49).

O período da Pré-história ao Império Romano foi marcado pelo comércio das especiarias, assim como pela fusão das diversas formas de culinária decorrente do intercâmbio entre povos de diferentes costumes. Ressaltam-se também os escritos sobre gastronomia, pois foi na Grécia clássica que surgiu um número considerável de escritores sobre esse tema. Igualmente, foi na Grécia e depois em Roma que a arte à mesa foi levada a um alto nível de refinamento. Segundo Freixa e Chaves (2008, p. 60),



“as cozinhas dos ricos e dos pobres se assemelhavam, o que as diferenciava era o uso do ingrediente mais nobre da época: a carne”.

No transcurso pela história da Gastronomia, chega-se, então, à Idade Moderna, época marcada por grandes descobertas, bem como, pelo intercâmbio cultural. Foi um momento marcado pelas grandes navegações, pela descoberta da América e, conseqüentemente, do Brasil, que resultou em uma troca enriquecedora para a gastronomia, também. Foi uma época bastante rica em idéias e marcada por novos comportamentos na música, nas artes plásticas e, principalmente, pela liberação dos prazeres, inclusive o gastronômico. Esse momento da história ficou conhecido como Renascimento e surgiu na Itália (LEAL, 1998).

A partir dessa época e da entrada de especiarias e temperos advindos da América, especialmente do Continente africano, no mercado europeu, a gastronomia tomou um novo rumo. A fartura resultante da abundância de alimentos gerou o comércio, pois havia a carência de determinados produtos em uma ou outra região, razão por que era preciso estabelecer um intercâmbio entre esses territórios. Alguns alimentos novos eram indispensáveis para as pessoas, o que ampliava, ainda mais, os trâmites comerciais.

É também registrado na literatura disponível que o uso desses novos alimentos na mesa francesa só começou a ser utilizado depois de algum tempo, mesmo porque a resistência a novos sabores ainda prevalecia (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

O gosto pelo cozimento, ainda de acordo os autores acima citados, era algo até então impraticável. O paladar dos franceses foi conquistado aos poucos a partir do sabor dos alimentos cozidos, o que fez desse povo inovador na arte de cozinhar. Contudo, é importante lembrar que sua origem teve forte influência da cozinha italiana, que vivenciou grandes mudanças no auge da Renascença no Século XV, conforme já mencionado.

O alimento que, antes, era servido de maneira rudimentar passou a receber um tratamento especial, e esse novo conceito de alimentação foi levado até a França por Catarina de Médici, que se casou com o Rei Henrique II, em cuja comitiva vieram cozinheiros de Florença, com todas as suas habilidades e conhecimentos. Esse fato mudou drasticamente a história da cozinha francesa (LEAL, 1998).

“Catarina de Médici levou com ela luxuosos aparelhos de mesa, como porcelanas, toalhas, objetos de ouro e prata e copos de cristal” (ECHAGUE, 1996, p. 45 apud FREIXA e CHAVES, 2008, p. 81).

De fato, foi no Século XVII que a cozinha francesa começou a se firmar e, aos poucos, foi ganhando espaço e conquistando a admiração das civilizações vizinhas. Já no Século XV e início do Século XVI, a cozinha francesa vinha sofrendo influências da Itália com o Renascimento (FREIXA e CHAVES, 2008). Entretanto, a popularização da alta culinária francesa só ocorreu depois da Revolução de 1789. A mudança de regime e a queda da velha aristocracia obrigaram os grandes chefes a deixarem as cozinhas dos castelos e palácios e a saírem em busca de clientes entre o povo comum. Nasceram, então, os restaurantes e, com eles, a cozinha artística.

Os chefes começaram, então, a abrir seus restaurantes pelas ruas das principais cidades do país. Eram restaurantes, segundo Franco (2001), com um salão aconchegante, garçons bem treinados e uma adega impecável. O conceito desse tipo de estabelecimento se espalhou por diversos países e fez crescer consideravelmente o respeito pela cozinha francesa. Nascia a moderna culinária francesa que, elaborada por sucessivos chefes, adquiriu a forma que a define como é hoje (LEAL, 1998).

Há registros de que o respeito e o apreço ao profissional que trabalha no preparo dos alimentos surgiram ainda com os gregos. “A comida era preparada por cozinheiros escravos, que tinham uma posição de destaque em relação aos demais, tendo em vista o enorme valor dado às refeições” (LEAL, 1998, p. 22). Mas, é a partir dos romanos que a figura do chefe se torna cada vez mais importante. Franco (2001) assevera que os chefes, além de ser reconhecidos como artistas, recebiam altos salários, e ter uma pessoa dessas na cozinha era símbolo de ascensão social.

Já no Século XVIII, com o aprimoramento da cozinha e a exigência da realeza, os cozinheiros passaram a criar pratos imponentes, de maneira que fosse vista por meio deles a grandeza da cozinha francesa. Considera-se que foi a partir desse momento que os franceses se sobressaíram no uso das técnicas de culinária e tornaram-se verdadeiros ícones no tocante à gastronomia. Foi um período marcado por grandes descobertas gastronômicas, que permitiram o uso de temperos de forma mais correta, para realçar o sabor dos alimentos. Além disso, começaram a se preocupar com a apresentação dos pratos. As refeições passaram a ter outro sentido na vida das pessoas, tornando-se momentos de prazer e de entretenimento (CARNEIRO, 2003).

Vale ressaltar que a geografia da França, país banhado pelo mar, influenciou incisivamente nas trocas entre países vizinhos e outros continentes, o que facilitou a entrada de novos alimentos no país. A figura, a seguir, mostra a localização geográfica da França dentro da Europa, o que facilitou sobremaneira o intercâmbio entre outros países e até continentes.



Figura 1 – Mapa político da Europa no século XVIII<sup>3</sup>

Assim, as receitas francesas iam sendo difundidas pelo mundo todo, e os grandes chefes franceses, por conseguinte, foram a diversas partes do mundo para mostrar e compartilhar seus conhecimentos gastronômicos. Filiais de renomados restaurantes franceses foram abertas, por meio de grandes redes hoteleiras, e isso permitiu a fixação da cozinha francesa nos demais países.

Muitos restaurantes serviam alguns pratos regionais, típicos do país onde se instalavam, como por exemplo, algumas massas à moda italiana; pratos de carne à inglesa e/ou americanos e uma gama enorme de opções de pratos franceses (LEAL, 1998). No final do Século XIX, a cozinha internacional, devido às fusões com alimentos provenientes de outras localidades, foi se firmando. “Foi assim, então que o Século XX viu nascer a cozinha internacional” (LEAL, 1998, p. 54). Nesse período, Nova Iorque ocupava a posição de segundo maior centro gastronômico do mundo, perdendo apenas para Paris (LEAL, 1998). Em contrapartida, após a Primeira Guerra Mundial, a Europa

<sup>3</sup>[http://3.bp.blogspot.com/\\_zFLdIPDLFTs/SHcixL3F9oI/AAAAAAAAA8E/1J8cGmd7aQs/s400/mapa\\_europa\\_seculo\\_18.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_zFLdIPDLFTs/SHcixL3F9oI/AAAAAAAAA8E/1J8cGmd7aQs/s400/mapa_europa_seculo_18.jpg)

perdeu sua superioridade, e a França cedeu o lugar de primeira colocada no ranking da gastronomia mundial para os Estados Unidos. Contudo, nesse mesmo período, como referem Flandrin & Montanari (1998), muitas mudanças ocorreram na cozinha, especialmente, no que tange ao avanço tecnológico. O desenvolvimento da indústria de alimentos e das técnicas de conservação foi um dos responsáveis por significativas mudanças nos costumes alimentares entre os europeus e os americanos.

Os hábitos alimentares modificam-se, nesse momento, baseados na mudança de vida das pessoas, que passam a ter um ritmo mais intenso e independente. Assim, a busca por refeições rápidas ia aumentando, e um novo conceito de restaurantes surgia, os chamados *fast-food*. Foi uma época em que a gastronomia perdeu um pouco o requinte (LEAL, 1998). No entanto, no Século XX, surge um novo conceito de cozinha, que vem resgatar a apreciação pela boa comida e com paladar mais sofisticado. É a *nouvelle cuisine*, que teve, a princípio, cozinheiros, chefes e gastrônomos como principais precursores. Esse movimento, segundo Leal (1998, p. 57), defendia a ideia de se trabalhar com a comida realçando o sabor natural dos alimentos.

De acordo com o exposto, percebe-se que o alimento acompanha o homem e se desenvolve juntamente com ele. E a figura do profissional chefe de cozinha também acompanhou esse crescimento. Aliás, foi a partir da necessidade de trabalhar que surgiram os primeiros negócios em gastronomia, assim como as primeiras formas de restaurantes no Século XVII, por exemplo. No entanto, vale ressaltar que, desde muito tempo, mesmo antes de existir esse trabalhador, o comércio, no setor de alimentos, já era praticado.

## **1.2 A Gastronomia no Brasil**

A busca incessante dos europeus pelas especiarias orientais foi a responsável pelo descobrimento de terras até então imagináveis por aqueles povos. Movidos pela vontade de encontrar certos temperos e especiarias, os europeus, principalmente portugueses e espanhóis, aventuraram-se pelo mar. Esse caminho propiciou ao homem dar a volta ao mundo e descobrir novas terras e novos povos. “Essa ousadia marítima dos pioneiros portugueses e espanhóis significou ao mundo moderno os primeiros passos da globalização do planeta e o início de um intenso intercâmbio cultural e

gastronômico envolvendo África, Ásia, Europa e América” (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 87).

Mesmo antes de ser descoberto e explorado pelos europeus, o Brasil era habitado por índios que viviam da caça, da pesca e da colheita e, portanto, já tinham sua cultura e hábitos alimentares. Antes de Cabral, os habitantes do Brasil viviam cercados de frutas silvestres e da caça. Eles conheciam bastante o processo de captura e da caça, especialmente de mamíferos e aves (FREIXA e CHAVES, 2008).

Com a chegada dos portugueses, o estilo de vida desses primeiros habitantes mudou, pois novos alimentos foram introduzidos, ampliando, assim, a dieta desses indivíduos. Após a descoberta, no início do Século XVI, os portugueses iniciaram a exploração das terras brasileiras.

Os colonizadores portugueses não descobriram o Brasil já com uma cozinha desenvolvida, pelo contrário, o impacto de sua chegada, juntamente com novos ingredientes, somados ao que na terra recém-descoberta se praticava, deu início à formação da culinária brasileira. Os portugueses se juntaram aos índios, e duas bases culinárias se encontraram. Os alimentos brasileiros, como a mandioca, as frutas, a caça e a pesca, foram se misturando ao azeite de oliva, ao bacalhau seco, aos ensopados e à doçaria, por exemplo, trazida pelos colonizadores portugueses (FRANCO, 2001).

As primeiras formas de contato entre os nativos e futuros colonizadores deram partida a uma troca de conhecimentos culinários que serviu de base para a formação da gastronomia praticada até hoje no Brasil.

Nessa perspectiva, o colonizador começa, então, a trazer milhares de negros da África para trabalharem como escravos no Brasil, nas plantações de cana-de-açúcar, que se localizavam, em maior parte, na Região Nordeste. A partir de então, novos ingredientes trazidos pelos negros foram sendo incorporados à alimentação, como o azeite de dendê, o coco e o camarão seco, por exemplo (FRANCO, 2001). Esses negros, juntamente com os portugueses e suas famílias, foram se misturando aos indígenas e formando, dessa maneira, o povo brasileiro.

Da miscigenação dos povos indígenas, portugueses e africanos trazidos como escravos nasciam os brasileiros e a cozinha brasileira, com a mistura da culinária desses três povos. A cozinha portuguesa tinha uma grande influência dos povos árabes, mas, naquele momento, já tinha uma identidade própria (FLANDRIN e MONTANARI, 1998). “A base lusitana da cozinha brasileira é comum às demais cozinhas luso-

tropicais – a oriental, a africana, a ameríndia –, condicionando diferentes expressões de simbioses nesse setor” (GILBERTO FREIRE apud FRANCO, 2001, p. 197).

Desde o descobrimento do Brasil até os dias atuais, muitos povos vindos ao Brasil trouxeram consigo suas crenças, cultura e hábitos, que, de certa forma, mesclaram-se à cultura indígena e aos que por aqui estavam, como índios, portugueses e africanos, o que resultou numa miscigenação de povos, hábitos e gostos distintos que, juntos e incorporados, iam formando o povo e a cultura brasileira.

Segundo Cascudo (1983, p. 396) “[...] a presença constante de todos os elementos colaborantes na cultura popular brasileira: carne da gado europeu, verduras e legumes africanos, asiáticos, ameríndios, fundidos na obra prima, contemporânea e secular”, elucida a miscigenação como característica do Brasil.

Hábitos culturais e alimentares de outros povos foram acrescentados por meio da história, de modo a tornar a culinária brasileira uma das mais variadas do mundo (ROMIO, 2000). Entretanto, mesmo com essa mistura de povos, no Brasil, prevalecia a culinária tipicamente europeia, uma vez que foram os portugueses que exerceram maior influência sobre os nativos da guerra e sobre os escravos negros (LEAL, 1998).

Leal (1998) e Franco (2001) comungam da mesma opinião ao afirmarem que, além da troca de conhecimentos, dos hábitos e da cultura entre os diferentes povos, aprendeu-se que o ato de se alimentar não objetiva apenas a saciedade da fome, mas também a obtenção de uma fonte de prazer e um modo de tornar mais intenso o convívio social entre as diversas pessoas.

Os portugueses foram responsáveis por plantar, na terra recém-descoberta, uma enorme quantidade de frutas, legumes, vegetais, cereais e temperos (LEAL, 1998, p. 71). Mas, há de se lembrar, também, que, no Brasil, muitos alimentos usados pelos escravos haviam sido trazidos da África, principalmente, por meio do tráfico de negros, que ia se tornando cada vez mais intenso (FRANCO, 2001). É nesse cenário de mistura de raças, gostos e culturas distintas que a culinária brasileira vai se formando.

Com a chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil e, com ela, uma comitiva de mais de 15 mil nobres portugueses, passou-se a importar diversos novos ingredientes e novos molhos, enfeites e acabamentos de pratos que se incorporaram à cozinha brasileira. O pão, as saladas, as sobremesas, o vinho e as frituras com azeite, por exemplo, passaram a ser usados com certa frequência. Os portugueses prevaleciam sobre os índios nativos e negros e, dessa forma, durante mais de três séculos, a cozinha

brasileira desenvolveu-se com características, predominantemente, portuguesas, porém com influência indígena e africana (LEAL, 1998).

Com a baixa produção do açúcar provocada pelo cultivo da beterraba, na Europa, crescia, no Brasil, a busca por ouro e pedras preciosas (MELLO, 1988). Nessa época, grandes fazendeiros decidiram apostar seus investimentos em plantações de café. Mais tarde, com a proibição do tráfico negreiro e, posteriormente, a abolição dos escravos, os fazendeiros se viram sem trabalhadores, e o Brasil, então, abriu as portas para imigrantes de várias partes do mundo. Vinham pessoas da Europa, do Oriente e até do Japão. Esses imigrantes chegavam ao Brasil com o sonho de uma vida melhor, mas traziam em suas bagagens, principalmente, os costumes e as tradições de sua localidade, bem como as riquezas da mesa de seus lugares de origem (FREIXA e CHAVES, 2008). E essas riquezas culinárias iam sendo incorporadas também à mesa dos nobres.

Os italianos foram campeões em contribuir com a culinária, com os seus molhos, sopas e massas, por exemplo, mas que, no Brasil, popularizaram-se e sofreram variações e adaptações. Foi nessa mesma época, também, que os costumes americanos começaram a se difundir (FRANCO, 2001).

Apesar de muitas influências, a culinária brasileira, que é uma das mais ricas e variadas do planeta, ainda é baseada nas origens surgidas com os índios, escravos e portugueses, mesmo porque os hábitos culinários são reflexos da história, da geografia, das crenças, dos costumes e da tradição da cultura de uma nação. Por ser o Brasil um país de grande extensão territorial e o palco por onde passaram inúmeras civilizações, cada região abarca características peculiares do povo imigrante que se firmou em determinada localidade. Assim, do norte ao sul do país, cada lugar se destaca, especialmente, pela culinária típica dos povos que nelas se estabeleceram por mais tempo. Por isso, um determinado tipo de prato característico de uma região pode parecer estranho e até exótico para pessoas de outra região do mesmo país. Muitas vezes, as frutas nativas são desconhecidas dos próprios brasileiros. E, nesse sentido, uma criança de grandes centros urbanos pode tomar suco de kiwi todos os dias e passar a vida sem provar um mingau feito de tapioca com açaí ou nunca ver e provar, por exemplo, um sapoti (FREIXA e CHAVES, 2008).

É claro que cada região tem suas peculiaridades, assim como as marcas do passado. Entretanto, a geografia da localidade colaborou, e muito, para a formação dos pratos regionais, em função da grande influência que recebeu da etnia predominante.

Somente a partir do Século XIX é que vão surgir os primeiros restaurantes no Brasil. Enquanto isso, nessa mesma época, na Europa, esse tipo de estabelecimento já estava consolidado, como também a profissão de chefe de cozinha.

Até o começo do Século XIX existiam pequenas hospedarias ou estalagens de caráter familiar e serviço informal que também “davam pasto”, ou seja, serviam comida simples e com pouca variedade [...]. A partir da metade do Século XIX, tanto em São Paulo como no Rio de Janeiro, surgiram os primeiros hotéis com restaurantes de cozinha francesa e serviço *à la carte*. Almoçar e jantar nesses hotéis tornou-se um hábito para a classe rica (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 209).

Corroborando com Franco (2001), Freixa e Chaves (2008) referem que o Século XVIII foi de grande importância para a gastronomia francesa, pois foi quando ela alcançou o ápice, servindo de base para as demais cozinhas mundiais.

Enquanto o Brasil, no final do Século XIX, desfrutava de seus primeiros restaurantes, nesse mesmo período, na Europa, surgiam os primeiros fogões feitos de ferro fundido, com várias bocas e aquecidos por carvão mineral, conforme afirmam Freixa e Chaves (2008).

Percebe-se, portanto, que a história da alimentação, seja ela brasileira ou não, está sempre vinculada a outras culturas, que vão sendo difundidas pelo próprio homem, quando ele sai de sua terra de origem para explorar outras localidades. Sobre esse aspecto, Savarin (1995, p. 59) assim se expressa:

É a gastronomia que inspeciona os homens e as coisas, para transportar de um país a outro tudo o que merece ser conhecido, fazendo que um festim cuidadosamente organizado seja como um resumo do mundo, em que cada parte comparece por intermédio de seu representante.

Com o passar do tempo, o Brasil foi formando sua própria cultura e se firmando, como país, até aparecerem os chefes de cozinha brasileiros. Isso ainda demorou bastante, e somente na década de 1990 é que esses profissionais começam a aparecer. Contudo, nesse teor, os negócios cresciam de forma acelerada.

### **1.3 O surgimento dos negócios em Gastronomia**

A culinária começou a ganhar destaque ainda na formação das pequenas sociedades. As festividades, as comemorações, as festas de culto a deuses e a



abstinência de certos ingredientes, no dia a dia, faziam e, em algumas culturas, ainda fazem parte de seus ritos.

Pelas cidades passavam os mais diversos comerciantes, os que vendiam, os que negociavam especiarias e mercadorias de regiões distantes. Os camponeses também começaram a vender seus excedentes agrícolas. Como consequência, as feiras tomaram conta dos arredores dos castelos ou dos conventos, principalmente por ocasião das festas religiosas. [...] Eram parecidas com as feiras livres atuais, mas, além de gêneros alimentícios, os mercadores exibiam e vendiam produtos como carnes salgadas, especiarias e seda (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 67).

Percebe-se, então, que os negócios em gastronomia são praticados desde datas bem antigas, e a forma como eram negociados esses produtos lembra e muito a forma como muitas cidades, especialmente pelo interior do Brasil, negociam nesse tipo de segmento. Brillat-Savarin fala da influência exercida pela gastronomia nos negócios e diz:

Entre os homens ainda próximos do estado de natureza qualquer assunto de alguma importância é tratado à mesa; é em meio a festins que os selvagens decidem a guerra ou fazem a paz; sem ir tão longe, podemos ver nossos aldeões resolverem todos os seus negócios no botequim. [...] eles perceberam que o homem alimentado não é o mesmo que o homem em jejum [...] (SAVARIN, 1995, p. 60-61).

Mesmo tendo iniciado em anos anteriores, os negócios se tornaram tão intensos - por volta do Século XII, período conhecido como Idade Média – que, segundo Freixa e Chaves (2008), os comerciantes tiveram que se organizar, fundando “corporações de ofício”, que hoje conhecemos como Conselhos, que são responsáveis pelas categorias de classe (profissão).

Segundo Flandrin e Montanari (1998), o surgimento de estabelecimentos comerciais, na área de alimentos e de bebidas, remonta a períodos da pré-história. Ao longo dos séculos, foram-se aprimorando as técnicas culinárias, os utensílios, o modo de preparo e de conservação. Mas é na Grécia e depois em Roma, na Idade Antiga, que realmente a mesa se torna sinônimo de arte. O prazer proporcionado pela comida é um dos fatores mais importantes da vida, depois da alimentação como sobrevivência. Foi a partir desse prazer que nasceu a gastronomia. Conforme explica Franco (2001), a palavra gastronomia é composta pelos radicais *gaste* (ventre, estômago) e *nomo* (lei), além do sufixo *ia*, que formam o substantivo. Assim, gastronomia significa, etimologicamente, o estudo ou a observância das leis do

estômago. Segundo Leal (1998), é na Grécia Clássica que estudos confirmam o surgimento do termo Gastronomia.

Já na Idade Média, da mesma forma que havia banquetes e festejos com abundância de especiarias e ingredientes entre a burguesia, havia muita fome entre os menos favorecidos. Os mosteiros e as abadias eram herdeiros das técnicas culinárias de Roma e muito se favoreceram até meados da Renascença. Neles, eram cultivados vegetais, frutas, legumes, entre outros (LEAL, 1998).

Porém, é no final do Século XVIII que surge a primeira casa com jeito do que hoje se conhece por restaurante (FLANDRIN e MONTANARI, 1998). O criador desse tipo de estabelecimento, segundo Spang (2003), foi Mathurin Roze de Chantoiseau, mais conhecido na época como Boulanger. Ele tornou-se famoso ao abrir sua casa em Paris, por volta de 1765, e vender um caldo - *ragoût*, um tipo de refeição (sopa) feito à base de carne, que dizia restaurar as forças de pessoas debilitadas. Para atrair clientes, ele inscreveu na fachada a seguinte frase: “*Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego vos restaurabo*” (FLANDRIN e MONTANARI, 1988, p. 755).

A maior parte dos estabelecimentos comerciais, até o início do Século XIX, eram as tabernas, onde viajantes, principalmente, serviam-se de algum tipo de alimento (SPANG, 2003). Contrapondo tal afirmação, Flandrin e Montanari (1998) afirmam que foi no final do Século XVIII que os estabelecimentos fixos (restaurantes) começaram a tomar o lugar das tabernas e das cozinhas de ruas na Europa.

Os autores (1998, p. 758) acrescentam que, “ao longo do Século XIX, elevou-se, de forma sensível, o nível dos estabelecimentos em que se pode comer, mesmo que ainda subsista uma grande quantidade de revendedores de restos”.

A partir de então e nos anos que precederam à Revolução Francesa, a Europa, especialmente Paris, torna-se palco da abertura de inúmeros restaurantes que serviam não mais em mesas malcuidadas, mas em mesas cobertas com toalhas, individuais e/ou reservadas para grupos (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

Nessa época, ainda não se falava em restaurantes, mas *restaurateurs* e, após a Revolução Francesa, os cozinheiros da corte e da nobreza acabaram perdendo seus padrões e passaram a estabelecer-se por conta própria (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 757). Os tempos são outros, e a ostentação, típica desse período, não é vista com bons olhos. Surgem, nessa época, as primeiras ações em direção à criação dos restaurantes. “[...] De uma centena antes da Revolução, o número de restaurantes passou

para 500 ou 600 no período do Império e 3.000 durante a Restauração” (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 757). Depois desse período, o número de estabelecimentos comerciais cresceu absurdamente, decorrente, principalmente, da falta de trabalho para os profissionais da cozinha, a maioria dos quais se fixou, segundo Freixa e Chaves (2008), em Paris, o que justificaria o número de restaurantes na cidade.

Ressalte-se, ainda, que o Século XIX foi o apogeu dos restaurantes, uma vez que se tornaram as instituições mais importantes da gastronomia francesa. No final do Século XIX, já havia cerca de 1.500 restaurantes em Paris e mais de 20 mil cafés e cervejarias, além de milhares de negociantes de vinho (FREIXA E CHAVES, 2008, p. 123).

No período posterior à Revolução, a gastronomia francesa se destacou tanto que o número de estabelecimentos comerciais já ultrapassava a casa dos mil, e a imagem gastronômica de Paris, segundo Flandrin e Montanari (1998, p. 755), era representada da seguinte forma: “uma cozinha altamente qualificada, inacessível ao comum dos mortais [...]”.

A extensão da prática do turismo, bastante perceptível no final do Século XIX, leva também à valorização dos recursos locais, inclusive, às cozinhas regionais e à gastronomia. “A arte culinária francesa atingiu seu apogeu com a multiplicação das redes de hotéis na Europa, cujo principal expoente foi o hoteleiro César Ritz, que se aliou ao *chef* Auguste Escoffier” (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 122).

O turismo ajudou sobremaneira na expansão da gastronomia francesa, pois, com o advento dos hotéis nos demais países, chegava também a culinária da França, uma vez que o desenvolvimento da cozinha local se deve amplamente aos milhares de cozinheiros franceses, que se expatriavam para dar a conhecer os produtos franceses e a arte de prepará-lo nos quatro cantos do mundo, como afirmam Flandrin e Montanari (1998, p. 760).

A industrialização do pós-guerra, a crescente urbanização e a profissionalização das mulheres modificaram significativamente a maneira de se viver no Século XX. A partir desse novo momento da História, o número de refeições feitas fora de casa cresceu muito. Entretanto, é somente na metade desse Século que o Brasil se abre para a criação e o desenvolvimento da comercialização de refeições, principalmente as de caráter coletivo (SERRA, 2004)

Os restaurantes se expandiram rapidamente e constituíram-se como espaços que, segundo Castelli (2005, p. 76), “são propícios para a prática do acolhimento e da hospitalidade, da sociabilidade e da convivibilidade [...]”. Além disso, foram e continuam sendo excelentes locais para se oportunizarem negócios. Para Franco (2001, p. 216), no entanto, “desde o Segundo Império (1852-1870), o almoço de negócios e os banquetes políticos já eram práticas habituais”.

A partir de 1900, começaram a surgir guias, com o intuito de auxiliar os turistas quanto à escolha de lugares e de onde se alimentarem. Em 1920, aparece o *Guide Michelin*, no qual se encontram as primeiras recomendações gastronômicas. Esse tipo de publicação, além de trazer considerações acerca da gastronomia, também tratava de descrever os restaurantes, sua decoração, ambiente e o estilo da cozinha de seus *chefs* (FRANCO, 2001, p. 220). Alguns anos depois, surge o *Guide Bleu Bords de Loire et Sud*, que introduz uma seção aos turistas indicativa de especialidades gastronômicas e enológicas da região visitada. Páginas e páginas nesses guias são dedicadas às especialidades culinárias para vislumbramento dos viajantes, desde a década de 30 (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

Percebe-se, também, que, a partir do momento em que a gastronomia firmou parceria com o turismo, aquela atividade cresceu de forma acelerada, pois o turismo, quando é exaltado pela gastronomia local, provoca maior desenvolvimento e maior manutenção das particularidades regionais (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

Com regras bem definidas, profissionalizou-se o trabalho no restaurante e o setor da restauração começou a se organizar, definindo bem as funções do *chef* e de todos os outros cargos constantes dos estabelecimentos que serviam alimentos de boa qualidade (FREIXA e CHAVES, 2008, p. 121).

É importante ressaltar que, no setor de alimentação, os negócios cresciam à medida que descobertas e inovações tecnológicas iam acontecendo.

Especialmente, durante os séculos XV e XVI, países como Portugal e Espanha, por exemplo, visavam descobrir terras produtoras de especiarias para se apossar delas e, por isso, competiam no financiamento de viagens marítimas. Essas viagens foram de grande importância para a descoberta de novos alimentos e especiarias, além de expressar o domínio econômico dos países que a realizavam. Durante a história, tanto o poder econômico como o monopólio do comércio, passaram por vários povos

permitindo, assim, haver nessas descobertas e conquistas um intercâmbio de cultura, hábitos, conhecimentos e alimentos.

As descobertas tecnico-científicas realizadas até o século XX foram de grande importância, pois além de provocarem o crescimento econômico e social, também foram responsáveis pela modificação de costumes alimentares. A partir das expedições marítimas, em busca de novas terras, foram descobertos, também, novos produtos e com eles aprendidas técnicas para a conservação de alimentos, bem como o manuseio agrícola dentre outros processos de produção (FRANCO, 2001).

Depois da Revolução Industrial, o advento das estradas de ferro, ocasionado, também, pelo desenvolvimento da atividade turística, proporcionou a facilidade de transportar certos tipos de alimentos, bem como temperos e especiarias. Assim, distâncias foram encurtadas. Esse novo contexto social e comercial em que as pessoas se encontravam facilitou o investimento em negócios dessa natureza.

Explicando tal crescimento no setor da gastronomia, Franco (2001, p. 227) justifica:

A indústria de alimentos, cuja produção é objeto de intenso comércio internacional, contribuiu de maneira decisiva para maior intercâmbio de padrões de alimentação. Criou-se uma situação em que as cozinhas e os usos alimentares, sobretudo nos países industrializados, assemelham-se mais e mais. [...] A interação global da cozinha se intensifica.

Sloan assevera que, em razão da oferta crescente de estabelecimentos comerciais, na área de alimentos e bebidas, e de uma gama de opções para o consumidor, desde a Revolução Francesa até os dias atuais,

em quase todas as partes do mundo, as pessoas estão consumindo mais refeições fora de casa do que jamais consumiram. Esse aumento de consumo equipara-se ao aumento da oferta de restaurantes que vai desde *fast-food* até estabelecimentos sofisticados (2005, p. 130).

Saindo um pouco da história registrada e olhando para o mundo contemporâneo, percebe-se que o rápido aumento no número de estabelecimentos comerciais, na área de alimentos, deve-se, em grande parte, à frequência da alimentação fora do lar, decorrente do aumento do poder de compra da população, assim como da participação da mulher no mercado de trabalho, embora Frumkin (1997, apud SLOAN, 2005, p.133) afirme que “as tendências socioculturais de um grande número de donas de casa solteiras e de pais solteiros continuam a desempenhar papéis importantíssimos no processo de comer fora”.

A mulher teve grande repercussão nesse setor, pois, com sua entrada no mercado de trabalho, as refeições, que antes se caracterizavam como passeios de finais de semana, tornaram-se rotineiras, caracterizando-se como uma necessidade.

Em muitas partes do mundo, as pessoas se consideram “ricas de dinheiro e pobres de tempo” e consequentemente acabam comendo fora. Essa força sociocultural específica é responsável por grande parte do rápido crescimento do setor de “comidas semiprontas” em países como Canadá, Estados Unidos e Reino Unido (SLOAN, 2005, p. 133).

Associado a esse fenômeno, explodiu uma profissão no mercado brasileiro – a de chefe de cozinha.

A gastronomia é o setor da atividade social humana e constitui um campo vasto de estudo.

No Brasil, ainda hoje muitas pessoas confundem gastronomia, área de conhecimento com culinária. As artes culinárias sempre foram identificadas com a formação gastronômica. Nada contra a arte culinária – que entendemos como o conjunto de conhecimentos adquiridos empiricamente ou num contexto associado principalmente ao lar e/ou a pessoas comprometidas com o bem-comer (BARRETO & SENRA, 2001, p. 392).

Independentemente do momento econômico, a gastronomia ocupa lugar de destaque no mundo dos negócios. Abrir estabelecimentos comerciais nesse segmento é o caminho para explorar esse mercado que, nos últimos anos, teve uma média de crescimento considerável.

Célio Sales, presidente da Abrasel Nacional, em entrevista à SETDE (Secretaria de Estado do Turismo e do Desenvolvimento Econômico)<sup>4</sup>, afirmou:

Cerca de um milhão de bares, restaurantes e similares empregam, em todo Brasil, seis milhões de pessoas. A atividade representa 2,4% do PIB Nacional e significa 50% dos empregos gerados no Turismo em todo o País. Para 2010, as entidades prevêem um crescimento de 15% ou mais, aumentando a renda dos brasileiros e criando mais empregos (SALES, 2010).

E ainda completou, dizendo:

Trata-se de um setor muito relevante em sua contribuição social no setor de empregos porque admite normalmente pessoas sem experiência anterior e muitos sem formação escolar completa, dando reais oportunidades de crescimento, sendo extremamente comum que pessoas que comecem em funções secundárias de limpeza, auxiliar de cozinha se transformem em chefes, gerentes, maitres ou donos do próprio negócio (SALES, 2010).

---

<sup>4</sup> Disponível em: [http://www.viceregovernadoria.pb.gov.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=197](http://www.viceregovernadoria.pb.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=197)

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (apud ABRASEL, 2010), a oferta de emprego industrial, no período confrontado entre fevereiro/09 e fevereiro/10, cresceu 0,7%. As principais contribuições positivas para o resultado global vieram de São Paulo (1,4%), seguidas pela Região Nordeste (2,9%), destacando-se o estado do Ceará, com crescimento de 8,5%.

Na indústria paulista, sobressaíram os avanços no pessoal ocupado vindos de papel e gráfica (20,1%), têxtil (9,2%) e vestuário (4,8%), enquanto nas indústrias nordestinas e cearense os principais impactos positivos vieram de calçados e couros (20,1% e 24,9%, respectivamente) e alimentos e bebidas (2,0% e 7,5%). Por outro lado, as áreas que mais influenciaram negativamente foram Minas Gerais (-1,2%) e Paraná (-1,4%), pressionadas pelas reduções nos setores de vestuário (-25,8%), no primeiro local, e alimentos e bebidas (-4,3%) no segundo”[...] Setorialmente, ainda no indicador mensal, o emprego industrial avançou em doze dos dezoito ramos, com destaque para papel e gráfica (8,2%), têxtil (4,6%), alimentos e bebidas (1,0%) e calçados e couro (3,2%). (IBGE apud ABRASEL, 2010).

Entretanto, com a abertura de mercado e a chegada das redes hoteleiras internacionais ao Brasil, desencadeou a curiosidade em conhecer mais sobre a prática da culinária. Diante dessa realidade, foi necessário profissionalizar as pessoas que trabalhavam na cozinha, uma vez que o público tornava-se mais exigente, e esse mercado cada vez mais rodeado de “glamour”. A partir de então, o mercado começou a se abrir para os auxiliares e ajudantes de cozinha e, nesse momento, pessoas com aptidão e habilidade em serviços culinários começaram a se revelar e a ser descobertas.

A atividade de cozinhar profissionalmente vem aumentando e proporcionando, principalmente às mulheres, novas oportunidades de emprego no setor de alimentação, embora as tendências no mercado mostrem que são os homens que estão ocupando, em maior quantidade, o cargo de chefes de cozinha.

Optar por seguir carreira dentro de uma cozinha tem atraído a atenção de pessoas das mais diversas áreas e idade, porque apreciadores e interessados por gastronomia acabam por iniciar algum curso de culinária e buscam colocação profissional em bares e restaurantes, com o objetivo de externar suas competências para se tornarem chefes.

O costume de apreciar uma boa comida regada a um bom vinho não era, até então, um hábito da cultura brasileira. Entretanto essa realidade está cada vez mais sendo inserida no cotidiano da população. Esse fato se deve, especialmente, à globalização, que importa valores e costumes de outros lugares por meio da comida e dos chefes, muitos dos quais vão estudar e se profissionalizar fora do país de origem.

Os estabelecimentos comerciais, no setor de alimentação, se bem gerenciados, são negócios bastante rentáveis e de sucesso, especialmente, por fazerem parte do roteiro preferido dos viajantes. Além disso, na sociedade atual, negócios desse tipo são criados não só para atender a turistas e a viajantes, mas a uma gama de pessoas com objetivos distintos, portanto orientadas e predispostas a se alimentarem com requinte e qualidade.

O turismo, entendido e operacionalizado em razão dos muitos segmentos nele estruturados, em especial, a gastronomia, tornou-se um excelente negócio e fonte de investimento do sistema de mercado. Devido ao crescimento desse setor, segundo dados da ABIA, os canais de distribuição da indústria da alimentação no mercado interno, que inclui gastos com varejo e *food service*, aumentou de 104,4 bilhões de reais, em 2002, para 202,0 bilhões, em 2008 (ABIA 2008).

Ainda sobre esse crescimento, dados do IBGE (apud, ABRASEL, 2008)

indicam a importância do setor de alimentação fora do lar para o desenvolvimento e a consolidação do turismo nacional: 65% dos empregos do turismo estão relacionados a bares e restaurantes, 31% do PIB gerado e 81,49% das empresas daquele setor. Cerca de 10% PIB agrícola está ligado a negócios com os estabelecimentos do setor. Em 20 anos, esse número deverá dobrar.

Tem-se, portanto, que o interesse pelo setor gastronômico vem crescendo nos últimos anos. O que gerava interesse apenas em pessoas que apreciavam a boa culinária, pode ser constatado agora como uma opção de carreira. Nesse sentido, a especialização e o profissionalismo são mais exigidos pelo mercado de trabalho, o que faz com que universidades, escolas técnicas e profissionalizantes invistam em cursos de gastronomia. Sabe-se que a responsabilidade do profissional que está à frente de estabelecimentos dessa natureza vai além das habilidades técnicas. Por essa razão, é essencial que profissionais qualificados sejam formados para entrar num mercado que, cada vez mais, torna-se exigente.



## **2 MERCADO DE TRABALHO & CHEFE DE COZINHA**

Verifica-se que o setor de serviços, do ponto de vista de oportunidades de trabalho, é o que mais cresce, especialmente, nas atividades ligadas ao turismo e à hospitalidade. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), o segmento em que está inserida a comercialização de produtos alimentícios e de bebidas apresentou, nos primeiros cinco meses do ano, crescimento de 10,1% contra 9,8% nos últimos doze meses, conforme mostra a Tabela 4 (Anexo A).

Para se entender melhor o crescimento desse setor, nas Tabelas 2 e 3, que constam no anexo A deste trabalho, encontram-se a variação no volume de vendas e a variação da receita nominal de produtos do setor de A&B, respectivamente, no Brasil e em alguns estados. Evidenciando, ainda mais, o crescimento nesse setor, o IBGE ilustrou, em números, o índice de volume de vendas no comércio varejista por Unidade de Federação, no período que vai de maio/2009 a maio/2010, de acordo com a Tabela 1 do anexo A (IBGE, 2010).

Registram-se, igualmente, o salto e a crescente expansão dos serviços de alimentação, que não estão, necessariamente, associados ao turismo e, até mesmo, à hospedagem, pois se destinam ao atendimento cotidiano da população local.

Mudanças familiares, culturais e econômicas vêm alterando o comportamento de larga parcela da população, que está passando a se alimentar, frequentemente, em restaurantes e outros estabelecimentos similares ou, ainda, a consumir alimentos prontos ou semiprontos, com entrega direta ou distribuída em pontos de venda.

No Brasil, de acordo com dados do IBGE (2009), o primeiro semestre de 2009 registrou crescimento apenas no setor de serviços (2,1%) se comparado ao mesmo período do ano anterior. Nos demais setores da economia brasileira, registrou-se uma queda nos números relacionados ao Produto Interno Bruto, conforme tabela abaixo.

Valores Correntes (R\$ milhões)

| Especificação                      | 2008 <sup>(1)</sup> |                |                | Ano              | 2009           |                |
|------------------------------------|---------------------|----------------|----------------|------------------|----------------|----------------|
|                                    | II                  | III            | IV             |                  | I              | II             |
| Agropecuária                       | 53 688              | 37 330         | 28 772         | 163 536          | 41 194         | 56 106         |
| Indústria                          | 168 483             | 189 255        | 174 316        | 682 497          | 142 803        | 163 400        |
| Serviços                           | 398 261             | 404 973        | 424 384        | 1 595 021        | 400 607        | 432 902        |
| Valor Adicionado a Preços Básicos  | 620 433             | 631 558        | 627 471        | 2 441 054        | 584 605        | 652 408        |
| Impostos sobre produtos            | 109 154             | 115 779        | 119 680        | 448 665          | 100 005        | 103 789        |
| <b>PIB a Preços de Mercado</b>     | <b>729 586</b>      | <b>747 337</b> | <b>747 152</b> | <b>2 889 719</b> | <b>684 609</b> | <b>756 197</b> |
| Consumo das Famílias               | 435 725             | 452 164        | 447 821        | 1 753 414        | 443 961        | 471 172        |
| Consumo do Governo                 | 138 691             | 138 004        | 178 372        | 584 408          | 153 272        | 155 903        |
| Formação Bruta de Capital Fixo     | 134 961             | 152 589        | 138 406        | 548 757          | 113 812        | 118 778        |
| Exportações de Bens e Serviços     | 96 883              | 113 664        | 124 544        | 414 257          | 85 967         | 92 127         |
| Importações de Bens e Serviços (-) | 94 784              | 109 832        | 121 858        | 409 427          | 90 054         | 84 567         |
| Variação de Estoques               | 18 111              | 748            | (-) 20 133     | (-) 1 690        | (-) 22 349     | 2 785          |

Tabela 1 – Classes de atividade no valor adicionado a preços básicos e componentes do PIB pela ótica da despesa

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais

(1) Resultados calculados a partir das Contas Nacionais Trimestrais

Esses dados somente ratificam quanto o setor está crescendo e a sua significância para a economia nacional. Já a próxima tabela mostra o percentual de crescimento, nos vários setores da economia, em relação ao primeiro e ao segundo trimestres de 2009.

| PERÍODO DE COMPARAÇÃO                     | INDICADORES |             |           |          |                             |              |              |
|---|-------------|-------------|-----------|----------|-----------------------------|--------------|--------------|
|   | PIB         | AGROPE<br>C | INDU<br>S | SER<br>V | FBCF                        | CONS.<br>FAM | CONS.<br>GOV |
| 2ºTRI/ 1º TRI (%)                         | 1,9%        | -0,1%       | 2,1%      | 1,2%     | Sem<br>variação/<br>estável | 2,1%         | -0,1%        |
| 2ºTRI 09/ 2º TRI 08 (%)                   | 1,2%        | -4,2%       | -7,9%     | 2,4%     | -17,0%                      | 3,2%         | 2,2%         |
| ACUM. 09 (SEMESTRE)/<br>PERÍODO 08 (%)    | 1,5%        | -3,0%       | -8,6%     | 2,1%     | -15,6%                      | 2,3%         | 2,5%         |
| ACUM. 12 MESES/12<br>MESES ANTERIORES (%) | 1,3%        | 0,2%        | -3,0%     | 3,1%     | -2,2%                       | 3,5%         | 4,2%         |
| VALORES CORRENTES (R\$ BILHÕES)           | 756,2       | 56,1        | 163,4     | 432,9    | 118,8                       | 471,2        | 155,9        |

Tabela 2 – Contas nacionais trimestrais - Indicadores de volume e valores correntes

Fonte: IBGE (2009)

Na análise da tabela, verifica-se que houve um acréscimo no PIB de 1,9%, no segundo trimestre, contra o primeiro trimestre do ano corrente. Entende-se que o setor de alimento e de bebidas está inserido na economia de serviços, a qual tem sofrido acréscimos nas contas públicas. Logo, fica evidente o porquê do aumento de estabelecimentos comerciais nesse segmento. Segundo dados da ABIA (2004), os estabelecimentos comerciais de alimentos e bebidas dobraram, nos últimos anos, em virtude do vasto campo de trabalho que o setor oferece.

## 2.1 Surgimento da profissão no Brasil

A partir de meados dos anos de 1960 e início dos anos 1970, começou-se a perceber uma nova tendência de mercado no Brasil – a gastronomia. Por conseguinte, chefes europeus, que chegavam ao país para trabalhar nos restaurantes dos hotéis, além de ter uma formação profissional, traziam, em suas bagagens, conceitos, técnicas e modos de atuação, até então, pouco divulgados. Nesse período, os saberes culinários, apesar de apreciados, não eram tão valorizados pela sociedade brasileira, especialmente porque, nesse período, não existia, ainda, mão de obra devidamente qualificada para atuar nesse setor.

Com a supervalorização dada a esses profissionais que, desde a Antiguidade, eram tidos como pessoas de extrema importância e recebiam altos salários pelos seus serviços, conforme afirma Leal (1998), foi preciso desenvolver, no Brasil, formas de despertar e cultivar as habilidades dos novos atores da cozinha. A partir dos anos de 1960, principalmente nas Regiões Sul e Sudeste brasileiras, começaram a surgir instituições de ensino voltadas para a área de turismo e hospitalidade.

O estudo da gastronomia, em ambientes formais, é recente. Em épocas passadas, conforme consta na história sobre alimentação, os profissionais adquiriam conhecimentos na área por meio da prática profissional, de autodidatismo e de experiência empírica. Não se pode deixar de lembrar que, ainda hoje, existem muitos cozinheiros autodidatas e que nunca passaram por cursos de formação profissional - aprenderam na prática do dia a dia. Entretanto, foi com a abertura de mercado e a chegada das redes hoteleiras internacionais ao Brasil que desencadeou a curiosidade em se conhecer mais sobre a prática da culinária. Diante dessa realidade, fez-se necessário profissionalizar as pessoas que trabalhavam na cozinha, uma vez que o público tornava-se mais exigente, e esse mercado cada vez mais rodeado de “glamour”.

No Brasil, a educação superior remonta, basicamente, à chegada da corte real ao Brasil, que proporcionou o desenvolvimento do ensino superior face à demanda que começara a surgir (PRADO, 2006). Por volta dos anos 70 é que começou a surgir um modelo alternativo de ensino: o Curso Superior de Tecnologia. Entretanto, a limitação dos profissionais que saíam desse tipo de curso, aliada à dificuldade na inserção do mercado de trabalho, fez com que a procura por esse tipo de curso praticamente acabasse. Contudo, somente a partir de meados da década de 1990, é que esses cursos

formadores de tecnólogos tomam novo impulso e voltam a ser procurados por estudantes, bem como pela classe de empresariado.

É nesse cenário que surge o Curso Tecnológico em Gastronomia. No Brasil, o primeiro Curso de Gastronomia começou em 1964, na Escola de Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, em Águas de São Pedro, interior de São Paulo, segundo Miyazaki (2006). A partir dessa época, cursos direcionados a esse segmento e investimentos nessa área começam a acontecer.

No início, os cursos do SENAC atendiam à qualificação de quadros operacionais de base para hotéis e restaurantes, em diversos restaurantes-escola. No final da década de 60, instalou, no Estado de São Paulo, seu primeiro hotel-escola, também priorizando aquela qualificação. Nos anos 80, o estado da Bahia recebeu seu primeiro restaurante-escola na cidade de Salvador, dando ali início a um trabalho mais estruturado.

No Brasil, o desenvolvimento de cursos profissionalizantes data da década de 70<sup>5</sup>, entretanto, neste trabalho, serão considerados os cursos somente a partir da década de 90, época em que começaram a surgir os cursos de nível tecnológico e superior em gastronomia.

Em 1994, o SENAC, em parceria com o CIA – The Culinary Institute of América – ofereceu o primeiro curso de qualificação profissional, que recebeu o nome de Cozinheiro Chefe Internacional, conforme ressalta Amaral (2008). Mas, somente em 1999, surge, na Universidade Vale do Itajaí (UNIVALI), o primeiro curso de nível superior em Gastronomia.

Com mais de seis décadas de história, a C.I.A (The Culinary Institute of America) é a primeira opção em escola de gastronomia nos Estados Unidos. Com sede em Hyde Park, a universidade – que tem mais três unidades espalhadas pelos Estados Unidos – oferece cursos que atendem tanto os iniciantes quanto os profissionais.

Segundo o Ministério de Educação (MEC), os Cursos de Tecnologia em Gastronomia são definidos como cursos superiores de curta duração, responsáveis por contemplar competências profissionais que visam formar trabalhadores para atenderem a campos específicos do mercado de trabalho (MEC, 2009).

Essa profissão que, há pouco mais de uma década, era ignorada, principalmente pela sociedade brasileira, começou a ganhar espaço no mercado e, atualmente, é um dos

---

<sup>5</sup> Fonte: Parecer CEE/SP nº 50/70, Conselho Estadual de Educação de São Paulo.

curso mais caros do país e, em alguns estados, entre eles, São Paulo, estão entre os dez cursos mais concorridos.

De acordo com dados da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), o Curso de Gastronomia e Segurança Alimentar foi o mais concorrido, porque, para cada vaga, havia uma concorrência de 9,8 candidatos no ano de 2006. Esse mesmo curso, em 2007, subiu para 11,7 (UFRPE, 2008). Outro curso de gastronomia em instituição pública que merece destaque é o da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia (UFBA), com duração de dois anos e que deverá formar sua primeira turma no final de 2010. No último vestibular para o Curso de Gastronomia, sua concorrência foi de 4,21 candidatos por vaga (UFBA, 2009). Já na Universidade Federal do Ceará (UFC), o Curso de Gastronomia, iniciado em 2010, registrou concorrência de 17,6 candidatos por vaga e alcançou o posto de quarto curso mais concorrido da UFC, perdendo apenas para os Cursos de Medicina, Psicologia e Fisioterapia, respectivamente (UFC, 2009).

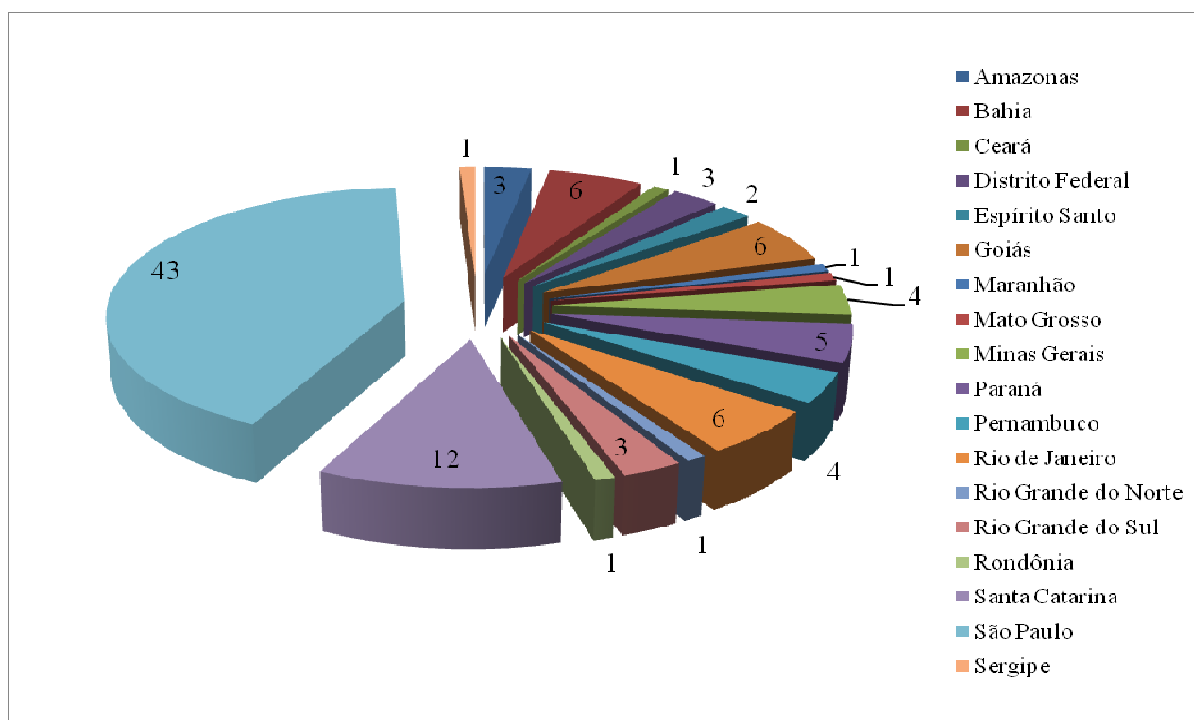
O aumento da procura pelo Curso de Gastronomia pode ser explicado, também, pela maior facilidade de entrar no mercado de trabalho e pelo desejo de se aprender a teoria daquilo que já se domina na prática, como também pelos aspectos associados à mídia e ao reconhecimento profissional.

A partir da década de 90, quando se registra maior número de aberturas de empresas no setor de A&B, visando atender a tal demanda, muitos empresários e instituições de ensino têm investido em cursos de capacitação, tecnológico e mesmo superior nessa área. Para tanto não se sabe realmente se essa realidade se caracteriza como um modismo ou uma tendência do mercado atual a explorar esse segmento. Fato recorrente é que a busca por cursos voltados para esse setor tem aumentado consideravelmente.

Segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), órgão vinculado ao Ministério da Educação, no Brasil, existem, atualmente, mais de cem Cursos de Gastronomia, mas menos de 10% deles oferecem titulação de bacharel (INEP, 2010).

| ESTADO              | NÚMERO DE CURSOS |
|---------------------|------------------|
| Amazonas            | 3                |
| Bahia               | 6                |
| Ceará               | 1                |
| Distrito Federal    | 3                |
| Espírito Santo      | 2                |
| Goiás               | 6                |
| Maranhão            | 1                |
| Mato Grosso         | 1                |
| Minas Gerais        | 4                |
| Paraná              | 5                |
| Pernambuco          | 4                |
| Rio de Janeiro      | 6                |
| Rio Grande do Norte | 1                |
| Rio Grande do Sul   | 3                |
| Rondônia            | 1                |
| Santa Catarina      | 12               |
| São Paulo           | 43               |
| Sergipe             | 1                |
| <b>TOTAL</b>        | <b>103</b>       |

Quadro 2: Distribuição do número de Cursos de Gastronomia por estado  
Fonte: Inep (2010)



<sup>6</sup> Fonte própria

Conforme a figura fica evidenciada que a maior parte do número de cursos na área da gastronomia é ofertada no estado de São Paulo, seguido da região Catarinense com 43 e 12 cursos oferecidos, respectivamente.

Pode-se entender que o aumento no número de cursos ofertados nessa área justifica-se pela carência de profissionais capacitados para suprir a demanda em ascensão do mercado atual. Como consequência desses cursos, mesmo que em nível tecnológico, começaram a emergir jovens egressos dessas escolas com formação acadêmica de bom nível e, muitas vezes, com curso de aperfeiçoamento em escolas estrangeiras.

O nível básico de qualificação para os serviços de turismo, entre eles, o segmento da hospitalidade (hospedagem e alimentação), vem sendo, atualmente, atendido de forma regular, sobretudo pelo SENAC, nas unidades físicas espalhadas pelo país, bem como nas unidades móveis e nos restaurantes e hotéis-escola. Além dessa instituição, o atendimento também tem sido efetuado por entidades de classe patronais e de trabalhadores e, mais recentemente, pelas mais diferentes instituições que participam dos programas de qualificação e requalificação profissional, financiados pelo Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), vinculado ao Ministério do Trabalho e Emprego.

Muitos dos profissionais competentes não receberam formação institucionalizada ou, quando receberam, não a reconhecem como decisiva ou significativa para a qualidade de seus desempenhos profissionais. Contraditoriamente, há uma valorização, pelo menos formal, da boa educação profissional, que poderia e deveria ser oferecida em sintonia com a realidade e as necessidades da área. Em virtude disso, muitas empresas do segmento da hospitalidade, incluindo a hotelaria e os serviços de alimentação, têm procurado suprir suas necessidades de profissionais, formando-os internamente, por meio de programas de treinamento de pessoal.

De modo geral, os planos escolares, incluindo os currículos e seus componentes metodológicos, assim como as instalações, os equipamentos, a biblioteca, o material didático e o corpo docente, indispensáveis ao desenvolvimento das competências requeridas dos profissionais da área, não respondem às características e às necessidades desses indivíduos nem das empresas.

## 2.2 Formação profissional em Gastronomia

Em decorrência de um conjunto de fenômenos que caracterizam o mundo atual, o mercado de trabalho vem se reconfigurando e colocando novas exigências para os profissionais da área de Hospitalidade – hotelaria e alimentação. Uma delas é a clara revalorização da educação geral, na medida em que ela é condição essencial para todo desempenho técnico-profissional frente aos novos paradigmas econômicos e sociais.

O rápido crescimento do setor gastronômico fez surgir muitas indagações e curiosidades, também, nos diversos segmentos da comunidade acadêmica, que passaram a publicar textos que abordam os mais variados temas, destacando-se a História e Administração de Restaurantes, por exemplo, quando tratados os aspectos históricos e culturais da alimentação, estudados por Franco (2001), e da visão gerencial do setor de A&B, tratado por Freund (2005), respectivamente. Diante de tantos estudos e interesse na área é que se começa a entender o porquê do aumento significativo de cursos profissionalizantes e superiores no campo da gastronomia.

[...] A formação de novos cozinheiros é um assunto que merece atenção, pelas variantes envolvidas... O desenvolvimento de novos produtos e equipamentos para cozinha certamente vai exigir a contrapartida de cozinheiros com preparo tecnológico e cultural adequado (SUAUDEAU, 2004. P. 76).

A tarefa de gerir pessoas não é empreitada fácil, principalmente, nas atividades inerentes ao chamado setor terciário, no qual o gestor tem que administrar a rotina e as competências de seus funcionários com base nos interesses e nos desejos dos consumidores e de acordo com os objetivos da empresa prestadora do serviço. Nesse sentido, as responsabilidades desse profissional vão muito além de planejar, treinar e executar, conforme afirma Bohlander (2005). O chefe de equipe tem que ser bastante perspicaz para conhecer suficientemente sua equipe e extrair dela os talentos.

Muitas vezes, o indivíduo é dotado de certa aptidão que ele mesmo desconhece. Contudo, basta um olhar mais atento de alguém mais experiente para detectar tal inclinação e explorá-la adequadamente. A maior parte das pessoas ignora as próprias habilidades e, raramente, descobre o quanto eles podem vir a ser valorizados no mercado de trabalho. Essa descoberta acontece, em geral, no dia a dia da profissão, especialmente, quando se enfrenta um desafio. Entretanto isso se aplica a indivíduos que



não passaram por uma formação adequada, pois, do contrário, o curso ajuda no desenvolvimento das competências, sejam elas de comunicação e/ou de conhecimentos científicos e socioculturais, próprios da educação básica. Tais competências auxiliam na desenvoltura da comunicação escrita, oral e interpessoal, bem como auxilia no raciocínio lógico e estimula a autonomia, a criatividade, a pró-atividade e o espírito de equipe, gerando segurança quanto a solucionar problemas e tomar decisões.

O gestor, por sua vez, tem que ter sensibilidade a fim de identificar as habilidades e aptidões de seus funcionários para explorá-las da forma correta e incliná-los de acordo os interesses da organização. A noção de direção que os funcionários devem ter implicará numa competitividade única sobre algo específico no mercado, como explicam Prahalad e Hamel (2005). Percebe-se, então, que a função de um gestor é essencialmente importante e extrapola, muitas vezes, os limites do conhecimento empírico e acadêmico.

A maioria das pessoas que trabalham na cozinha, mesmo não sendo regra, é carente de formação escolar e advém de zonas rurais e/ou áreas menos favorecidas dos grandes centros urbanos. São indivíduos que aprendem, na prática do dia a dia, os serviços de uma cozinha, e alguns acabam galgando patamares mais elevados, como o cargo de chefe de cozinha, por exemplo. Segundo Suaudeau (2004, p. 17), “[...] a maioria dos jovens que procuravam emprego em restaurantes vinha das camadas mais simples da população”. Em contrapartida, devido à recente possibilidade de formação acadêmica na área, muitos profissionais dos Cursos de Gastronomia detêm as mais inusitadas formações. Entretanto, eles aprenderam a cozinhar das mais diversas formas e acumularam vasta experiência na área passando a outrem. Essas pessoas são dotadas de aptidão e de talento nato, que descobriram ao longo da vida e aperfeiçoaram passando adiante os seus conhecimentos.

É arriscado definir, com exatidão, o que seja talento, mas se sabe que é importante criar um diferencial para ser absorvido no mercado de trabalho. E esse diferencial pode ser chamado de talento.

O talento de um chefe de cozinha é muito mais amplo do que o entendimento a respeito do funcionamento de uma cozinha e de saber lidar com os apetrechos comuns a esses espaços. Muitas pessoas mantêm uma ideia pré-concebida em relação ao ato de cozinhar. Alguns acreditam que o domínio das técnicas de culinária está relacionado a

um dom nato; outros acham que é um talento adquirido ao longo da vida, e assim por diante.

As pessoas que investem em cursos dessa natureza estão interessadas em aprimorar e ampliar seus conhecimentos, assim como existem aqueles que podem estar investindo neles apenas como um *hobbie* e, na verdade, querem somente “passar o tempo” e melhorar suas habilidades técnicas na cozinha. O que muitos não esperam é descobrir, nessa prática, algo a mais do que satisfazer a uma necessidade fisiológica. Nesse sentido, é importante lembrar que a dificuldade que muitas pessoas têm de descobrir seu próprio talento, a própria aptidão, está na ausência do exercício de autoconhecimento. Na opinião de alguns consultores de Recursos Humanos, como Saul Bekin, por exemplo, nem sempre as pessoas nascem com talento. Esse artefato é desenvolvido ao longo da vida e durante o percurso profissional.

Pode-se afirmar que o preparo para a futura profissão requer muito mais do que o simples acúmulo de conhecimentos gerais. É preciso descobrir as habilidades e aptidões e somá-las à busca do conhecimento, que é tão importante que pode ser a chave do sucesso na carreira profissional escolhida.

É justamente por se viver num mundo onde a competitividade impera que as pessoas estão empenhadas em descobrir, cada vez mais rápido, os seus dons e utilizá-los no mercado de trabalho como um grande aliado.

Para acontecer nesse mercado, além de ser empreendedor e ter espírito de liderança, o profissional precisa conhecer, também, os talentos e outras características positivas que o diferenciam e investir neles. Conscientizar-se das próprias competências é uma atitude cuja importância, só agora, começa a ser entendida e praticada. É necessário, portanto, o esforço do autoconhecimento. Os diversos talentos tornaram-se uma das maiores armas de sucesso de um profissional. Conhecê-los e cultivá-los consiste no desafio para a construção de seu patrimônio.

A partir do exposto, fica evidente que a maior preocupação das grandes empresas continua sendo com seu capital humano, pois, segundo Gronroos (2003, p. 21), “manter funcionários habilitados, motivados e comprometidos é de vital importância”. Por isso, a busca incansável dos gestores por talentos, porquanto eles é que irão impulsionar o crescimento e o desenvolvimento dessas empresas no mercado.

Em se tratando da formação em gastronomia, o MEC/CNCST (2009) afirma que o estudante sai habilitado para lidar com informações acerca da história dos

ingredientes, a criar novos pratos e de posse de conhecimentos sobre a cultura de diversos países, entre outras coisas. Um chefe de cozinha tem que manter a qualidade do serviço prestado, e isso envolve elaborar cardápios, selecionar ingredientes e garantir o sabor e a apresentação dos pratos. Para isso, deve saber combinar ingredientes e dominar técnicas de preparo. Mas o Curso de Gastronomia não só ensina a cozinhar como também a planejar, a calcular custos e a administrar assistentes e auxiliares. Isso significa que prepara o profissional, para administrar e gerenciar também o estabelecimento de um modo geral.

A par dessa evidência em relação ao setor, fica também estabelecido que, para uma melhor adequação às regras do mercado e aos interesses de consumo, a gastronomia estabelece exigências que conduzem a uma avaliação mais precisa e contundente de suas necessidades técnicas e operacionais, deslocando-a de certo amadorismo para um patamar onde os critérios de profissionalização e qualificação são fundamentais.

### **2.3 Treinando e qualificando o profissional de A&B**

A sociedade está sempre se adequando às novas formas de analisar a vida e se adaptando a novos conceitos, reinventando outros ou mesmo remodelando o que já considera ultrapassado. Mas, existem alguns preceitos que se perpetuam, os quais são cultuados e passados de geração em geração. Muitos deles passaram do conhecimento de senso comum para o patamar científico, pois, como afirma Alves (2004 p. 14), “a ciência é uma metamorfose do senso comum”. Contudo, o senso comum, ainda assim, é bastante respeitado e praticado. Um desses conceitos analisado neste estudo refere-se à hospitalidade, entendida por muitos como sendo o processo de acolher bem.

A hospitalidade é praticada desde sempre, mas, somente, há alguns anos vem sendo dedicados ao tema estudos de caráter científico. De acordo Camargo (2004, p. 49) “a hospitalidade, enquanto objeto de estudo acadêmico, é bastante recente”. Saindo do campo científico e analisando o senso comum percebe-se que o entendimento das pessoas, quanto ao conceito de hospitalidade, é voltado quase sempre ao sentido do acolhimento, conceito esse muito usado na hotelaria.

Entretanto, graças às variações sofridas no mercado e, conseqüentemente, às mudanças de comportamento das pessoas, a hospitalidade que antes servia somente para identificar laços sociais, agora se estende ao domínio público e comercial (CAMARGO, 2004).

As organizações estão cada vez mais mudando os seus conceitos e formas de gerir seus recursos humanos enfatizando sua atenção para dentro da empresa e dedicando mais tempo a formular estratégias internas com intuito de tornar o ambiente de trabalho um lugar propício e favorável ao bom desempenho das atividades pertinentes a cada funcionário, conforme ressaltam Albrecht (1990) e Zeithaml (2003). E isso é conseguido por meio de análises internas e aplicação de medidas do marketing interno, técnica mercadológica dedicada a estudar as relações internas entre pessoas de uma organização (ALBRECHT, 1990; GRONROOS, 2003). Tais preocupações já constituem indícios da prática de hospitalidade do estabelecimento para com seus funcionários.

Almejando alcançar um bom posicionamento no mercado, a satisfação e, por conseguinte, a fidelização de seus clientes, as empresas estão cada vez mais investindo no seu capital humano, haja vista a importância desse recurso dentro do mercado competitivo em que estão inseridas as organizações. De acordo com Teixeira (2000), em uma organização, as pessoas compõem o foco maior da vantagem competitiva, já que são elas que detêm todo o conhecimento, tanto dos processos de negócios quanto do mercado atuante e, conseqüentemente, dos clientes.

Impulsionados pela competitividade, os empresários sentem a necessidade de ter em seu estabelecimento funcionários competentes e talentosos. O desafio consiste na busca por aqueles que, além de dominar suas capacidades e habilidades técnicas, tenham poder sobre as informações e saibam usá-las de maneira a transformar tais conhecimentos em planos estratégicos para a empresa, conforme ressalta Drucker (2001). No entanto, para formar uma equipe desse porte, a empresa tem que investir nos seus empregados, a fim de que eles estejam alinhados de acordo com sua cultura organizacional, e isso só acontece por meio de treinamentos. Tendo em vista que são as pessoas que estão no comando e na execução de tarefas dentro de uma empresa, é necessário treiná-las e capacitá-las para almejar resultados competitivamente satisfatórios.

Numa cozinha, essa realidade não é diferente, pois o chefe de cozinha, que também é um gestor, atua como administrador das outras pessoas que com ele trabalha, uma vez que o nível de satisfação da clientela é refletido a partir da montagem da equipe (FREUND, 2005). Portanto, o treinamento, ao contrário do que alguns empresários pensam, não é uma despesa, mas um investimento indispensável, cujo retorno pode ser bastante satisfatório para a organização.

Em se tratando do segmento de alimentação, a prática de treinamento ainda é escassa, limitada e focada apenas no aprendizado de novas receitas e/ou no manuseio de algum equipamento novo. Entretanto, é graças às exigências do mercado consumidor que essa realidade está mudando, pois ele exige mais qualidade, principalmente no atendimento, aliada a preço competitivo e praticável. Essas exigências são fundamentais porque impulsionam as empresas à competitividade, o que resulta no investimento do capital humano.

No segmento de serviços, especialmente em restaurantes, essa é uma área que precisa de atenção especial devido, principalmente, ao possível nível de escolaridade das pessoas que nela trabalham e, por conseguinte, à escassez de mão de obra qualificada que resulta na alta rotatividade. A forte dinâmica que rege o mercado mundial, resultante da globalização, desencadeia tendências e mudanças das organizações e influi diretamente nas atividades exercidas pelo trabalhador. Assim, a variedade de produtos e de serviços comercializados, decorrente da abertura de mercado e dos avanços tecnológicos, é responsável pela maior qualidade exigida pelos consumidores. Portanto, para alcançar maior fatia do mercado, as empresas são estimuladas a buscar a vantagem competitiva não mais em produtos e serviços à venda, mas no capital humano da organização que é, também, parte do bem adquirido pelo consumidor.

Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo, todo profissional precisa estar preparado para os desafios constantes e com respostas rápidas para as necessidades das organizações que, por sua vez, são movidas pela competição. Sendo assim, capacitar os empregados constitui-se numa das formas de melhorar o desempenho da empresa.

Hoje todas as organizações dizem: “as pessoas são nosso maior ativo”. Entretanto, poucas praticam aquilo que pregam e menos ainda acreditam nisso. A maioria ainda acredita, embora talvez não conscientemente, naquilo que acreditavam os empregadores do Século XIX: as pessoas precisam mais de nós do que nós delas. Porém, as organizações precisam atrair pessoas,

rête-las, reconhecê-las e recompensá-las, motivá-las, servi-las e satisfazê-las (DRUCKER, 2006, p. 51).

É por isso que a exigência por profissionais qualificados é cada vez maior.

Devido também à globalização da economia mundial, conforme assegura Drucker (2001), as empresas estão buscando profissionais que, além do conhecimento técnico e das habilidades, tenham conhecimento e domínio da informação, pois todos os funcionários devem estar alinhados à cultura organizacional e às formas de estratégia da organização em que trabalham e saber utilizar corretamente as informações acerca dos interesses da empresas, conforme registram Prahalad e Hamel (2005). Visando a esses interesses, os estabelecimentos, principalmente os do segmento de alimentos e de bebidas, encontram no treinamento a saída para melhorar o desempenho dos seus funcionários.

Diante do exposto, pode-se afirmar que é errônea a visão que muitos empresários têm do treinamento, visto que tem inúmeros benefícios quando ministrados de maneira adequada. Nesse sentido, Drucker (2006, p. 51) afirma que “uma organização é uma ferramenta. E como acontece com qualquer outra ferramenta, quanto mais especializada ela for, maior será sua capacidade para realizar sua tarefa”.

Muitos gestores acreditam que essa ferramenta só resulta em despesa e perda de tempo e só é necessária para apresentar a empresa ao funcionário recém-contratado. Ao contrário disso, estudiosos sobre as necessidades do mercado, como Zeithaml (2003), por exemplo, apontam que o treinamento é uma ferramenta de grande importância no tocante à capacitação, à melhoria no desempenho organizacional e ao alcance da competitividade, pois é com base nos recursos humanos que uma empresa conquista seu espaço no mercado e fideliza clientes.

Vale a pena salientar que as pessoas são o fator mais importante dentro de uma empresa para se alcançar a vantagem competitiva no mercado, na medida em que elas são capazes de pensar e de se adaptar a situações inusitadas.

Treinamento e desenvolvimento são processos que têm como objetivo proporcionar aos funcionários informação, capacitação e compreensão da organização e suas metas. Além disso, treinamento e desenvolvimento destinam-se a ajudar o funcionário a continuar contribuindo de forma positiva, com um bom desempenho (IVANCEVICH, 2008, p. 393).

A competitividade no mercado gera competição entre as pessoas e consigo mesmas, pois, a cada dia, elas se sentem na responsabilidade e na obrigação de ser cada

vez melhores. A base dessa competição é a aquisição de informações. Num mundo em que a competição impera, quanto mais as pessoas acumularem informações, quanto mais estrategicamente pensarem, mais rápido serão absorvidas pelo mercado de trabalho. Completando tal pensamento, Drucker (2001, p. 111) afirma que “os ativos mais valiosos de uma empresa do Século XX eram seus equipamentos de produção. Os mais valiosos ativos de uma instituição do Século XXI, seja empresa ou não, serão seus trabalhadores do conhecimento e sua produtividade”.

Para Boog e Boog (2006, p. 89), “não se compete por competir, mas por competência”. E é justamente o treinamento a ferramenta que irá suprir essas necessidades de repassar não só as habilidades e atitudes relacionadas à execução da tarefa, mas também o conhecimento sobre a função e o que se passa no mercado fora da organização, já que o treinamento é o meio pelo qual os empregados vão aprender a desenvolver suas habilidades e conhecimentos relacionados ao trabalho.

Atualmente, para as empresas formarem uma boa equipe de trabalho, com alto desempenho, devem, unir, entre outras variáveis, principalmente, habilidades, conhecimento e capacidade para pensar estrategicamente sobre os objetivos e as metas da organização. Esse, talvez, seja o maior desafio. Boog e Boog (2006) concebem que o capital intelectual de uma empresa é, fundamentalmente e indiscutivelmente, o diferencial competitivo, porquanto é por meio do recurso humano que uma organização aumenta a sua capacidade de competir e o seu valor de mercado. Contudo, para conseguir manter profissionais altamente qualificados e conscientes em relação ao que ocorre no mercado, não basta à empresa investir em máquinas e equipamentos, mas, principalmente, investir no seu capital intelectual. E normalmente esses investimentos são feitos por meio de cursos de capacitação e de treinamentos, que podem ser oferecidos interna ou externamente à empresa. No entanto, para a execução de cursos desse tipo, são exigidos, não raramente, métodos diferenciados, investimentos elevados, além, de muita criatividade e competência.

No setor de serviços, em especial nos restaurantes, a responsabilidade de primar por funcionários competentes e qualificados é ainda maior, tendo em vista o risco à saúde do cliente e do próprio empregado. Vale ressaltar que as empresas do ramo de serviços, segundo Fitzsimmons (2005), nascem através da criatividade e da iniciativa de empreendedores que percebem necessidades latentes no mercado, como é o caso, por exemplo, dos estabelecimentos comerciais do segmento de A&B.

Devido à maior exigência da clientela e ao aumento da fiscalização nesse tipo de comércio, os estabelecimentos gastronômicos estão cada vez mais preocupados em oferecer ao cliente um ambiente limpo e agradável bem como uma comida saborosa e segura, além de funcionários devidamente treinados para atuarem nesse segmento. Normalmente, esse setor carece de mão de obra especializada, por causa, mesmo não sendo regra, do baixo nível de escolaridade e da falta de conhecimento das pessoas que trabalham nessa área, de uma forma geral. Então, exige-se um cuidado maior dos gestores para com esses trabalhadores, porque se sabe que, nessa área, a falta de esclarecimentos sobre os conceitos básicos, principalmente de higiene, entre os manipuladores de alimentos é muito grande, uma vez que essas pessoas tiveram pouco ou quase nenhum acesso a conhecimentos dessa natureza. Portanto, as empresas do ramo de alimentos precisam adotar medidas necessárias ao aprendizado - teórico e prático - das boas práticas de manipulação que são importantes para o desenvolvimento das técnicas e habilidades dos manipuladores. No entanto, a assimilação de conhecimentos dessa natureza é adquirida por meio da realização de treinamentos que desencadearão o progresso nas atividades desempenhadas pelos funcionários.

DRUCKER (1986) defende que, cada vez mais, os empregados precisam ser gerenciados como parceiros. Para ele, as pessoas não são gerenciadas, mas lideradas. Mas as empresas devem estar cientes de que empregados bem treinados só contribuem para sua melhoria e seu desenvolvimento e, por tal, os empresários que investem no seu quadro funcional acabam tendo resultados satisfatórios. Contudo, vale ressaltar que cada pessoa é dotada de conhecimentos, habilidades e atitudes que foram conseguidas ao longo do tempo, seja em bancos de escolas e de universidades ou mesmo no exercício da atividade profissional e que constitui, assim, o seu talento. Todavia, esses conhecimentos precisam ser renovados e, muitas vezes, modificados para que essas pessoas estejam em harmonia no estabelecimento onde trabalham.

A coesão entre empregado e empresa só é possível por meio de treinamentos que, na maioria das vezes, objetivam, a princípio, o aumento da produtividade e a redução de custos. Há, ainda, outros elementos que motivam uma empresa a treinar seu quadro funcional, tais como: estimular e motivar as pessoas por meio do desenvolvimento de suas habilidades, bem como acréscimo de conhecimento. Isso resultará na melhoria e na qualidade do convívio interpessoal, além de gerar bons resultados para a empresa.



O que se percebe, no entanto, é que o setor de recursos humanos foca suas atenções, quase sempre, em treinar e capacitar seus funcionários, visando encantar mais o cliente externo do que o interno – os funcionários. Não raro, para superar as expectativas do cliente externo, é preciso que os empregados estejam plenamente satisfeitos com sua função e com a empresa onde trabalham e, geralmente, não é o que acontece.

O treinamento, quando ocorre, busca aperfeiçoar todo o trabalho dentro de uma instituição almejando conseguir eficiência e eficácia nos resultados desejados, assim como, melhorar o clima organizacional dentro da instituição. A meta é tornar produtivas as forças e o conhecimento específico de cada pessoa (DRUCKER, 1986).

Faz-se necessário lembrar que o treinamento não deve ser encarado como um incremento no *curriculum* e, menos ainda, como uma “solução mágica” para as empresas. Ele é, na verdade, uma maneira de se alcançarem conhecimentos sobre algo específico e uma forma de atender às necessidades mais urgentes dentro da organização, naquele momento, com o objetivo de qualificar o capital humano do estabelecimento e, assim, conseguir a competitividade no mercado (DESSLER, 2003). É, também, uma forma de direcionar todas as pessoas a caminharem no mesmo sentido. Entretanto, a maioria das empresas não sabe orientar o treinamento de acordo com as metas e as estratégias estabelecidas, pois preferem, quase sempre, copiar o que o concorrente está fazendo ou se satisfazem em seguir “a moda” ditada no mercado (BOHLANDER, 2005).

É importante, antes de começar o treinamento, de fato, fazer um levantamento sobre as necessidades latentes. Esse levantamento é feito, primeiro, com o intuito de descobrir se realmente o treinamento é necessário. Mas, para isso, é preciso avaliar a empresa toda, os seus objetivos e metas, bem como as necessidades dos funcionários quanto às habilidades, aptidões e aos conhecimentos fundamentais para o bom desempenho da organização (IVANCEVICH, 2008). Com base na avaliação dos resultados desse levantamento, a organização deverá definir se realmente é importante treinar e qual o tipo de treinamento é indicado.

Para se fazer um levantamento adequado dessas necessidades, alguns autores comungam da mesma ideia ao afirmarem que existem alguns caminhos que, além de indicar a indispensabilidade de haver o treinamento, mostram onde está a deficiência ou

até mesmo quem seria responsável por ela (BOHLANDER, 2005; BOOG e BOOG, 2006; IVANCEVICH, 2008). Alguns desses caminhos são descritos abaixo:

- Avaliação do desempenho – examina o cumprimento das atividades realizadas pelos funcionários em relação aos objetivos da empresa;
- Observação – ajuda a comprovar onde há ineficiência de trabalho e os motivos que causam tais problemas, como atrasos, equipamentos quebrados, falta de habilidades práticas etc.;
- Solicitação de supervisores e gerentes – como líderes de equipes, após a certeza de que há falhas e erros na produção e/ou no exercício das atividades laborais, eles podem requisitar treinamento para suas equipes;
- Reuniões interdependentes – são encontros periódicos entre os chefes de setor, que discutem, entre outros assuntos administrativos, os problemas pertinentes às metas estabelecidas pela organização;
- Mudanças no trabalho – há empresas que trabalham com rodízio de funções. Nesse caso, é importante que haja treinamento constante, já que, de tempos em tempos, ocorrem mudanças na rotina de trabalho dos empregados nesse tipo de organização;
- Relatórios periódicos – avaliações feitas periodicamente sobre os resultados alcançados em relação às metas e aos objetivos propostos pela empresa que constatarem ou não a precisão de treinamento.

Todos os itens, anteriormente descritos, são bastante relevantes no que tange ao direcionamento do treinamento, uma vez que este não deve fugir da sua finalidade. Esses caminhos nortearão os instrutores da empresa a diagnosticarem os problemas decorrentes da falta de uma equipe treinada e preparada para competir no mercado.

O treinamento tem, na verdade, o propósito de atingir níveis de desempenho satisfatórios, mas, para isso, é necessária a continuidade do seu desenvolvimento. Convém enfatizar que investir em treinamento, com o objetivo de formar profissionais especializados e valorizados, ainda é a melhor solução nesse processo de transformações (ZEITHAML, 2003).

O treinamento objetiva aumentar não só as habilidades técnicas, como também, ampliar o campo de conhecimento das pessoas, preparando-as para realizar, da melhor maneira, as suas atividades e, principalmente, proporcionando aprendizado em outras funções que podem gerar futuras oportunidades ao indivíduo dentro da empresa. Além disso, é responsável por proporcionar bem-estar e satisfação ao indivíduo, que deve se

sentir importante dentro do estabelecimento. Portanto, toda organização séria deseja alcançar, com o treinamento, resultados relacionados à melhoria do capital intelectual interno da empresa e aos objetivos mercadológicos.

No mais, o treinamento também pode ser direcionado para ocasionar mudanças no comportamento do treinando e favorecer o clima organizacional, que pode ser considerado salutar ao desenvolvimento profissional. Essas mudanças podem ocorrer, segundo Bohlander (2005), com base em quatro fatores: transmissão de informações; desenvolvimento de habilidades; desenvolvimento ou modificação de atitudes e desenvolvimento de conceitos.

O primeiro fator refere-se às informações que devem ser apresentadas aos funcionários sobre os produtos e os clientes da empresa, seus objetivos, metas e a cultura organizacional. O segundo fator direciona o treinamento, diretamente, ao tipo de trabalho executado, enquanto os dois últimos fatores se responsabilizam, respectivamente, por treinamentos voltados a mudanças de atitude das pessoas dentro do ambiente de trabalho e sua interação com a doutrina da empresa e com a ética profissional (BOHLANDER, 2005 & CHIAVENATO, 2009).

É importante lembrar que o treinamento é, apenas, uma ferramenta, um meio que a organização utiliza para alcançar alguma finalidade. A seguir, será mostrado um quadro que contém as principais etapas de um treinamento, com base nas propostas sugeridas pelos autores já citados. É importante lembrar que o treinamento é um ciclo que se renova toda vez que se inicia o processo novamente.

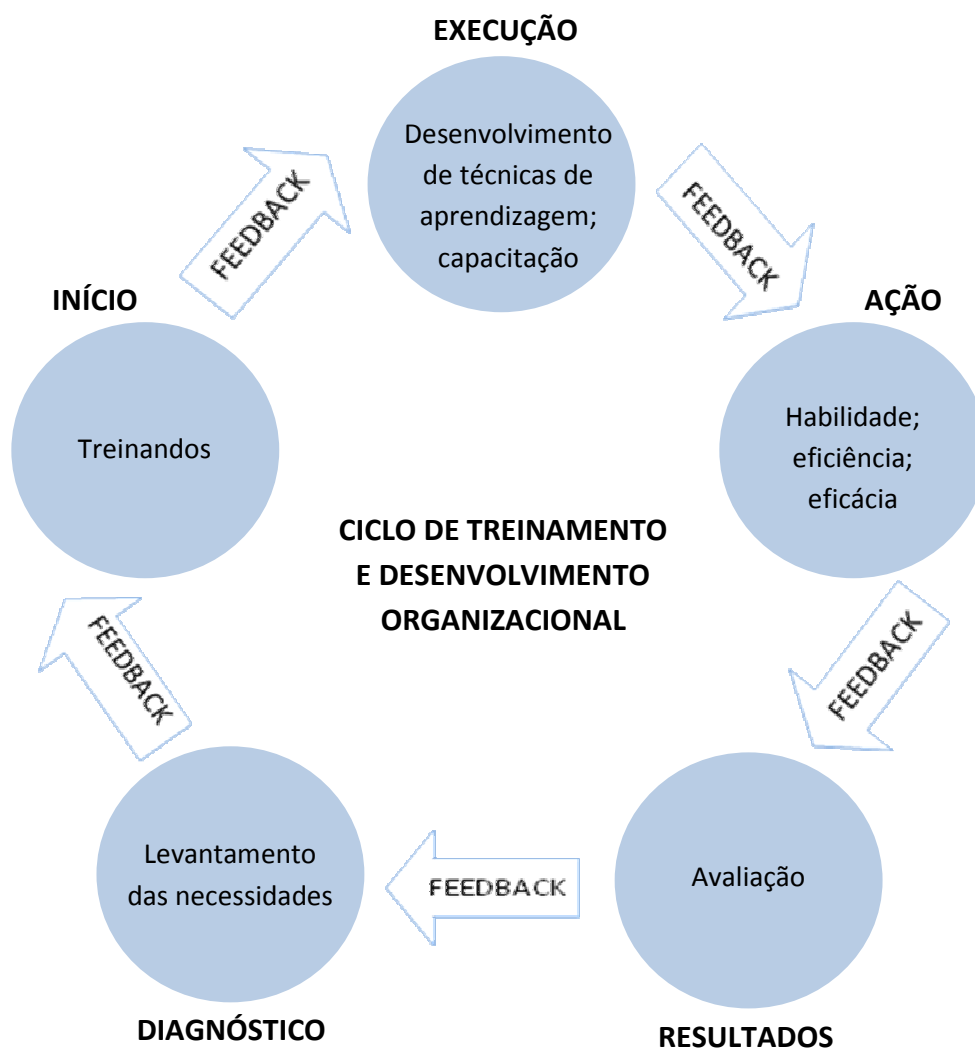


Figura 2 – Ciclo de treinamento e desenvolvimento organizacional – Sistema de treinamento<sup>7</sup>

Saliente-se, no entanto, que, para o treinamento ser eficaz, é necessário que seja estruturado e focado nos objetivos e nas metas da empresa.

Com base nesse cenário mercadológico, pode-se afirmar que as organizações estão investindo cada vez mais no treinamento e no desenvolvimento do seu capital intelectual, pois constataram que, quando bem qualificados, os recursos humanos é que garantem a competitividade e, conseqüentemente, o retorno financeiro à empresa.

Os gerentes modernos sabem que a chave do sucesso de qualquer empreendimento é estar próximo do cliente e entregar aquilo que ele deseja, e não, o que o prestador de serviço acha que o cliente deveria querer (GUERRIER, 2000). E é

<sup>7</sup> Fonte própria

assim que o profissional chefe de cozinha tem que encarar sua realidade de trabalho, pois não é o gosto e/ou a vontade dele que imperará, mas a do cliente.

### **3 A PESQUISA**

O capítulo a seguir é um resumo descritivo dos profissionais que atuam direta ou indiretamente no setor da gastronomia e que foram escolhidos para participar da pesquisa. Todas as informações apresentadas neste capítulo são de ordem pessoal, e cada respondente é responsável pela informação dada.

#### **3.1 Procedimentos metodológicos**

Na sequência desta investigação, serão apresentados os procedimentos metodológicos, incluindo as justificativas para cada escolha adotada pela pesquisadora, no que concerne à construção e à realização da pesquisa. Ao descrever os procedimentos metodológicos diante dos objetivos deste estudo, entende-se que as considerações aqui estruturadas não pretendem ser definitivas, mas podem abrir novos campos reflexivos e se transformar em um aporte teórico-empírico para outros trabalhos que tenham essa vertente de pesquisa.

#### **Caracterização e tipologia da pesquisa**

Os aspectos metodológicos de uma pesquisa correspondem ao caminho a ser seguido para desenvolver o estudo. Entretanto, esta pesquisa, que se caracteriza por ser uma análise de conteúdo, pautou-se no método de abordagem qualitativa de natureza descritiva e exploratória, uma vez que esta última permite, segundo Selltiz (1967), uma maior familiarização com o problema de pesquisa.

Em relação ao objetivo geral do trabalho, que é avaliar a formação dos profissionais chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, pode ser caracterizado como uma pesquisa descritiva, uma vez que seu objetivo é a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis. Incluem-se, entre as pesquisas descritivas, quase todas as que são desenvolvidas nas ciências humanas e sociais. Uma das características mais

significativas da pesquisa descritiva é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como a entrevista, por exemplo (DENCKER, 2001).

Os enfoques qualitativos, conforme Dencker (2007), são especialmente indicados para situações em que a teoria não é suficiente para solucionar o problema, e o pesquisador necessita buscar em campo as variáveis que serão consideradas na análise. No campo das ciências sociais aplicadas, ele tende a se preocupar mais com o processo social, buscando a melhor compreensão desses fenômenos, o que justifica o uso de métodos qualitativos. Além disso, é de natureza descritiva e exploratória, pois envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com as pessoas que compõem o objeto de estudo e observação informal.

Este estudo, de natureza qualitativa e de cunho exploratório e descritivo, objetiva conhecer e descrever os atores de um mercado específico bem como entender o seu comportamento, por meio de uma análise de conteúdo. Assim, convém conceituar a análise de conteúdo, que segundo Gil (1999), é uma técnica de pesquisa cujo objetivo é a busca do sentido de um fato. Ela é feita sobre a mensagem, e seus resultados podem ser usados para gerar inferências sobre todos os elementos do processo de comunicação.

Ainda de acordo com Gil (2002, p. 42), a pesquisa descritiva e a exploratória são as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. Então, o objetivo de uma pesquisa descritiva é conhecer e interpretar o fato e/ou a situação observada.

## **Coleta de dados**

Sabendo da tipologia da pesquisa, parte-se, agora, para a escolha dos meios a serem utilizados na coleta de dados. Os dados de interesse deste estudo serão obtidos a partir da realização de entrevistas com os participantes no que tange, especialmente, à importância da formação profissional frente aos fatores que influenciaram na escolha da profissão. E para que esse instrumento de coleta de dados seja eficaz, é necessário que o entrevistador seja imparcial, de modo a não influenciar os entrevistados. Assim, a finalidade da entrevista, na visão de Dencker (2001), é a obtenção de informações mais aprofundadas sobre o objeto de pesquisa.

As entrevistas foram gravadas e depois transcritas para análise. Para isso, foi empregada a técnica de análise de conteúdo, como já mencionado, uma vez que se constitui como um processo delicado e especializado, conforme afirma Dencker (2001).

Quanto à caracterização do sujeito da pesquisa, optou-se pela escolha de seis chefes, dois dos quais estão cursando graduação na área, e um tem formação superior, porém em outra área, enquanto os demais contam, apenas, com o conhecimento empírico e prático da atividade. Participarão também um gestor da área de A&B e um instrutor do Curso de Cozinheiro Internacional de uma renomada escola da cidade de João Pessoa, totalizando oito pessoas.

A pesquisa de campo, realizada nos meses de abril e maio de 2010, procedeu-se por meio de entrevistas previamente marcadas por contato telefônico e agendadas de acordo com a viabilidade das pessoas a serem entrevistadas. Após agendamento, o entrevistador foi até o local de trabalho dos participantes, onde ocorreu a entrevista, de forma descontraída, sem interrupção do pesquisador ou interferência de qualquer natureza, para que os entrevistados discursassem à vontade.

Numa pesquisa de cunho científico, a amostra não deve ser escolhida de forma acidental, conforme alerta Dencker (1998, p. 175). ela deve ser planejada. Por isso, os motivos que levaram à escolha desses participantes estão relacionados aos objetivos propostos neste trabalho.

Buscando uma amostra que realmente fosse representativa dentro da população formada por profissionais dessa área na cidade desejada, a escolha foi feita com base no número total de chefes de cozinha residentes na cidade de João Pessoa e baseada, também, no tipo de estabelecimento onde essas pessoas trabalham.

Entre os participantes escolhidos, a pesquisadora teve o cuidado de selecionar profissionais que estejam dentro dos mais representativos setores da atividade gastronômica, como restaurantes do tipo *à La carte*, regional e de alta gastronomia, e que estejam trabalhando como *personal chef*. Salienta-se, ainda, que um gestor e um instrutor de cursos desse segmento também participam da pesquisa, porquanto um dos objetivos deste trabalho está vinculado a esses dois profissionais.

Considerando, *a priori*, que a existência desses profissionais com formação acadêmica nessa área ainda é bem restrita ou mesmo quase inexistente, na cidade de João Pessoa, o número escolhido para compor a amostra é bastante significativo.



O critério de amostragem adotado foi o não probabilístico por julgamento, ou seja, o pesquisador seleciona o que ele considera ser a melhor amostra para analisar o seu objeto de estudo. A escolha desse critério se deve ao reduzido tamanho do universo bem como ao objetivo de se obter uma amostra consistente, na qual inferências sobre a população pudessem ser feitas. Pode-se entender melhor esse tipo de amostragem por meio da explicação dada por Dencker (2001), que diz que a preferência da amostra usando-se o método não probabilístico consiste numa compreensão mais ampla do processo social e, por isso, depende do julgamento do pesquisador.

Esse critério amostral é, ainda, conforme Dencker (1998), considerado o mais apropriado para estudos exploratórios, pois o pesquisador usa seu julgamento para selecionar os membros da população que se caracterizam por serem boas fontes de informação. Os métodos não probabilísticos se adaptam perfeitamente às pesquisas exploratórias, em que há a necessidade de conhecer mais qualitativamente o fenômeno abordado. Nesse sentido, o que interessa de fato ao pesquisador é entender as relações e o meio no qual se encontra o seu objeto de estudo.

A proposta deste trabalho é apresentar as vantagens e desvantagens encontradas por esse grupo de pessoas - chefes de cozinha - dentro de um mercado que, atualmente, é bastante competitivo. Por isso, optou-se pela descrição dos dados obtidos com as respostas das entrevistas, a fim de conseguir uma percepção mais aprofundada.

Para cada categoria de profissional participante da pesquisa, foi elaborado um roteiro. Esses roteiros dizem respeito, em sua totalidade, às questões ligadas ao perfil dos entrevistados sobre a importância (ou não) da formação acadêmica para um chefe de cozinha e da sua relação com seus gestores. Esse instrumento de pesquisa norteou a pesquisadora a conduzir a entrevista, com o intuito de identificar as respostas na opinião dos participantes sobre a relevância de um chefe de cozinha ter ou não formação superior.

O entrevistador não pode influenciar o respondente, porém deve conduzir a entrevista de modo que ela não se desvie do assunto em questão. Para facilitar a condução das entrevistas, foram utilizados os roteiros, que constam no apêndice.

Para a realização deste estudo foram abarcadas obras bibliográficas sobre o tema proposto, pesquisas desenvolvidas na área em questão, bem como reportagens de revistas e sites de negócios.

Em relação à estrutura, o trabalho foi organizado em capítulos, em que constam o referencial teórico e uma visão conceitual, histórica e prática dessa profissão no mercado de trabalho atual.

No primeiro capítulo, abordam-se os aspectos introdutórios da pesquisa, são apresentados os objetivos, a justificativa e a delimitação e relevância do tema em questão. A partir do segundo capítulo, são apresentados pontos relacionados ao referencial teórico, no tocante às perspectivas conceituais e históricas da atividade no segmento da gastronomia bem como da formação profissional nessa área.

No capítulo três, são expostos os resultados obtidos pela pesquisa desenvolvida. Tratam-se, aqui, os recursos metodológicos que descrevem a pesquisa bibliográfica e o processo de desenvolvimento das investigações que norteiam este estudo. Nessa seção, encontra-se descrita a metodologia utilizada na pesquisa, incluindo o tipo de técnica escolhida para a coleta dos dados e como foram tratadas.

Na última parte da pesquisa, constam as considerações finais, que tratam da confirmação ou não das hipóteses levantadas e dos objetivos propostos ao finalizar a pesquisa, as limitações e as dificuldades enfrentadas e as sugestões de continuidade de estudos posteriores.

### **3.2 Descrição das informações estruturadas no roteiro da entrevista**

A discussão foi organizada de modo que orientasse a análise dos resultados obtidos com as entrevistas feitas com os sujeitos da pesquisa. O desenvolvimento da pesquisa proposta permitiu confrontar a teoria no tripé em que se apoia: chefe de cozinha - formação profissional - gastronomia; com os resultados obtidos. Optou-se por realizar entrevistas com os profissionais da área de A&B como forma de obter o maior número possível de informação acerca da formação profissional, mesmo que eles não tenham formação acadêmica específica.

A presente investigação apoiou-se em um roteiro que permitiu realizar entrevistas semiestruturadas, visando explorar a relação dos entrevistados com as atividades desempenhadas dentro do segmento de A&B. A entrevista contemplou aspectos como o perfil do entrevistado em relação a sua história profissional. Em

seguida, procedeu-se à investigação sobre o grau de importância da profissão e da formação profissional. Buscou-se, também, identificar aspectos ligados a treinamento e ao mercado de trabalho para os chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, além de ser traçado o perfil desse profissional na opinião de cada participante, inclusive, do gestor e do instrutor. Após a compilação das informações obtidas por meio das entrevistas, os resultados foram analisados e interpretados.

As entrevistas elaboradas para as três categorias continham entre oito e dez questões, que serviram de base para nortear a pesquisadora durante a entrevista. O modelo das entrevistas encontra-se no apêndice.

### **Histórico profissional**

Com as entrevistas, imaginou-se traçar um pouco da história de vida profissional dos entrevistados, desde o momento em que eles decidiram trabalhar no segmento de A&B. Então se começou perguntando o nível de escolaridade e como surgiu o interesse em trabalhar nesse segmento, para que eles falassem à vontade sobre o assunto abordado. A partir daí, eles discorreram sobre suas experiências e sobre o que os levou a procurar crescer profissionalmente no setor de gastronomia.

### **Importância da profissão**

Diante da evidência atual em relação à profissão de chefe de cozinha, buscou-se identificar o grau de importância dada pelos próprios chefes a sua profissão e o porquê dessa importância. Esse item existe para confrontar o referencial teórico que está embasado na afirmação de que os cozinheiros já eram considerados pessoas importantes desde a antiguidade (LEAL, 1998).

A partir desse item, os entrevistados foram perguntados sobre fatores ligados à sua satisfação em relação ao que fazem, assim como aspectos relacionados à insatisfação, tanto em relação a sua profissão quanto ao seu ambiente de trabalho. Com base nesse tópico, aspectos direcionados ao mercado de trabalho foram sendo incrementados.

## Formação profissional

Autores renomados, que discorrem sobre a gestão de pessoas, como Boog e Boog (2006) e Zeithalm (2003), consideram ser importante passar por uma formação profissional, pois ajuda o indivíduo a executar, de forma eficiente, as suas atividades no mercado de trabalho, a partir do desenvolvimento de competências, hábitos, atitudes e valores. Ghiraldelli (1994, p. 81) afirma que “a educação é direito de todos e deve ser ministrada pela família e pelos poderes públicos [...]”. Corroborando com o autor citado, sabe-se que a educação é um direito de todos, mas que nem todos usufruem dessa prerrogativa. Muitos porque não têm condições financeiras de frequentar uma escola e/ou porque precisam ajudar no sustento da casa e acabam trocando os bancos da escola por um trabalho, nem sempre, bem remunerado. Para exemplificar tal afirmação, foi retirado um trecho de uma das entrevistas em que essa realidade é completamente possível e bastante presente nos lares das famílias brasileiras.

*[...] quando eu comecei a trabalhar numa cozinha, ainda criança, era para ajudar a meus pais, pois minha mãe era muito doente, então eu tinha que ajudar nas despesas da casa [...]*<sup>8</sup>

Esse item foi bastante explorado no decorrer da entrevista, pois se almejava descobrir, principalmente, se a formação superior, quando existente, havia, de alguma forma, contribuído para o ingresso no mercado de trabalho ou, se a ausência daquela limitou a conquista de emprego.

Nesse sentido, ao se perguntar sobre o nível de escolaridade dos participantes e com base nas respostas obtidas, a pesquisadora foi conduzindo a entrevista, questionando os participantes sobre a facilidade e/ou dificuldade de conseguirem um emprego sem esse conhecimento acadêmico. Por meio desse tópico, a pesquisadora entendeu as escolhas feitas por alguns dos entrevistados, no tocante à atividade profissional e traçar um panorama do perfil familiar, financeiramente falando, dessas pessoas.

---

<sup>8</sup> Os trechos de entrevistas serão apresentados em itálico.

## **Mercado de trabalho**

Este tópico foi elaborado com o propósito de discutir sobre a questão da “glamorização” dessa profissão tratada no referencial teórico. Como a profissão de chefe de cozinha está sendo tratada de uma forma diferente em relação às demais, pois se trata, atualmente, de uma profissão de destaque, que se encontra presente fortemente na mídia, falar sobre esse item trouxe à tona, pelos próprios entrevistados, os verdadeiros deveres de um chefe de cozinha. Corroborando essa ideia, Roque (1995, p. 32) afirma:

[...] Mesmo sendo desnecessário, é bom dizer que para ser um Chef competente é preciso dosar com muita acuidade e propriedade os seguintes e principais ingredientes: vocação, muito trabalho, força de vontade, olhos de lince, sensibilidade palativa, olfato privilegiado, inteligência e, obviamente talento.

No decorrer da pesquisa, constatou-se que o número de ingressantes em Cursos de Gastronomia, seja tecnólogo e/ou superior, tem aumentado consideravelmente, e também, a busca por cursos de qualificação (treinamento) por empresas nas quais ainda não há profissionais desse segmento com formação superior na área. Entretanto esse item foi abordado com o intuito de contrapor o referencial em que está clara a importância dessa ferramenta para o crescimento da empresa e do funcionário. De acordo com Lovelock e Wright (2001, p.108-109), “a qualidade do serviço é a opinião geral do cliente sobre a entrega do serviço, que é constituída de uma série de experiências bem e mal sucedidas com o serviço [...]”.

Nesse sentido, os entrevistados foram perguntados sobre como enxergam o mercado de trabalho, quais os critérios que usam para escolher determinada empresa para trabalhar e se o treinamento, por exemplo, é um fator importante na sua concepção.

## **Perfil do chefe de cozinha**

Optar por seguir carreira dentro de uma cozinha tem atraído atenções de pessoas das mais diversas áreas e idades, uma vez que apreciadores e interessados por gastronomia acabam por ter um contato maior com essa atividade e partem para investir na área como profissão. Contudo, independentemente de ser um profissional graduado

ou um apreciador e dominador das técnicas, trabalhar na cozinha requer carinho e atenção em relação às tarefas do ofício. Foi com base nessa teoria que se buscou descobrir quais características contribuem para a formação do perfil de um chefe de cozinha na opinião dos entrevistados.

Segundo Maricato (2004, p. 120), “não existe cozinha que possa se destacar sem um *chef* à altura”. Entretanto, de acordo com o referencial teórico, as habilidades de um chefe de cozinha superam os conhecimentos práticos da atividade. Portanto, todos os entrevistados foram questionados sobre esses valores, e eles mesmos construíram, com base nas experiências particulares, o perfil de um chefe de cozinha.

Ressalta-se que o roteiro serviu de apoio para que a pesquisadora não se esquecesse de nenhum dos tópicos durante as entrevistas. A ordem dos assuntos não obedeceu a uma sequência rígida, e o encadeamento da conversa foi determinado pelas declarações do entrevistado.

### **Perfil dos entrevistados**

Esta seção traz o perfil dos entrevistados, a fim de delimitar as considerações, essencialmente, feitas para esse grupo. Não se pode generalizar o que nesta pesquisa ficou evidenciado ou não, para os demais profissionais da área que não compuseram a amostra, assim como estender os resultados para analisar outros mercados.

Das oito pessoas selecionadas para a pesquisa, cinco são do sexo masculino e três do sexo feminino. A maioria dos chefes de cozinha entrevistados provém de classes sociais mais baixas, e a escolha por trabalhar na cozinha foi, a princípio, a forma de conseguir um emprego mais rápido.

A fim de preservar a identidade dos entrevistados, eles serão identificados por meio de nomes franceses de estabelecimentos de alimentação, conforme a seguir:

**Bistrô** – é do estado de Pernambuco, sexo masculino e tem 34 anos. Casado e com três filhos, não conseguiu terminar seus estudos e concluiu somente até o segundo grau do ensino médio. Entretanto se mostrou bastante interessado e entusiasmado para fazer o Curso Superior em Gastronomia e se lamentou por não ter na cidade de João Pessoa. Chegou a essa cidade há quatro anos e trabalha em um restaurante especializado

em comida internacional. Tem curso de manipulação e outros cursos básicos de cozinha, que fez em um hotel onde trabalhou em Recife. Seu conhecimento na área foi sendo adquirido à medida que ele ia crescendo dentro da cozinha e aprendendo com pessoas mais experientes. Hoje, está com mais de 18 anos de experiência e considera que o que sabe na prática escola nenhuma ensina.

**Boulangue** – é natural da Paraíba, sexo masculino e tem 30 anos. É solteiro e tem o Curso Técnico em Eletrônica. Trabalhava como corretor de imóveis, antes de se tornar chefe de cozinha. Atualmente, está no Curso Superior de Hotelaria, pois não existe graduação em Gastronomia na cidade e pretende, ao final do curso, especializar-se em cortes nos Estados Unidos. Tem cursos de curta e média duração na área de gastronomia e experiência de pouco mais de um ano efetivamente na área.

**Buffet** – é natural do estado de Santa Catarina e reside na Paraíba há 19 anos. É do sexo feminino e tem 47 anos. Ela é divorciada e tem duas filhas. Trabalha nesse segmento há mais de 30 anos. Cursou o primeiro grau incompleto e estudou somente até a primeira série do ensino fundamental. Teve que parar seus estudos para ajudar nas despesas da casa, pois provém de uma família de renda baixa. Saiu de sua cidade ainda muito jovem, com 15 anos, para tentar a vida nas cozinhas de restaurantes da cidade de São Paulo. Permaneceu lá por 12 anos e mudou-se para João Pessoa. Veio para a Paraíba trazida pelo cunhado, que abriu um restaurante na cidade e, sabendo da sua experiência, convidou-a para chefiar a cozinha do estabelecimento. Ela aceitou e foi então que se mudou mais uma vez. Nunca fez cursos de capacitação e, muito menos, participou de treinamentos direcionados à prática da atividade, pois acredita que tudo que faz é bom e por isso nunca sentiu necessidade de fazer curso algum.

**Pâtisserie** – é natural de João Pessoa, do sexo feminino e tem 29 anos. É casada e atualmente está cursando Nutrição, por não haver o Curso de Gastronomia na cidade de João Pessoa. Há nove anos, dedica-se ao segmento da gastronomia, mas somente há dois anos atua diretamente na cozinha. Antes de entrar na cozinha, de fato, passou por um curso de média duração para saber se realmente lhe interessava seguir nessa área. Foi aí que descobriu uma grande identificação com a atividade.

**Restaurant** – natural de João Pessoa, do sexo feminino, tem 27 anos. Solteira, formada em Direito e, há pouco mais de dois anos, está trabalhando no setor da

gastronomia. Também foi uma das pessoas que passou por um curso na área de curta duração e espera, ansiosa, que abra o Curso Superior em Gastronomia para se matricular. Atualmente, atua como *freelancer* e ministra aulas em alguns cursos de curta duração para profissionais da área.

**Rotisserie** – é do estado da Paraíba, do sexo masculino e tem 35 anos. Solteiro, cursou até a sexta série do ensino fundamental. Afirma que não terminou os estudos porque teve que trabalhar logo cedo e hoje não tem mais vontade de voltar a estudar, pois alega não ter tempo. Esse entrevistado afirmou nunca ter participado de curso nenhum, na área de alimentos e bebidas, exceto de um curso de curta duração, organizado pelo SEBRAE-Pb sobre noções básicas da cozinha. Começou sua experiência na cozinha no Rio de Janeiro e faz, atualmente, doze anos que trabalha nesse setor.

Além dos chefes de cozinha, foram entrevistadas mais duas pessoas – o gestor e o instrutor - que serão chamadas na pesquisa de acordo o cargo que ocupam, respectivamente:

**Gestor** – natural do estado da Paraíba, do sexo masculino e tem 39 anos. Casado, cursou o segundo grau completo. Na área de alimentos e bebidas, tem vários cursos de curta duração. Morou pouco mais de 10 anos no Rio de Janeiro e lá entrou nesse segmento como faxineiro de restaurante, chegando, hoje, ao patamar de gestor. Atualmente, reside em João Pessoa, onde coordena uma equipe de um renomado restaurante especializado em alta gastronomia há nove anos.

**Instrutor** – natural do estado do Rio Grande do Norte, do sexo masculino, 37 anos. Casado, esse indivíduo chegou a João Pessoa em virtude da transferência de trabalho de sua esposa. Para acompanhá-la, decidiu deixar o emprego, na cidade de Natal, numa renomada instituição de ensino existente no Brasil todo e foi para João Pessoa. Ao chegar, logo foi chamado por essa mesma instituição presente na Paraíba, para ministrar aulas no Curso de Gastronomia (formação de cozinheiro). Está na cidade há três anos e, há sete, trabalha ministrando aulas para cursos dessa natureza.

Portanto, essa é um pouco da história da vida profissional dos sujeitos da pesquisa, que foram os responsáveis pelo desenvolvimento deste estudo e, por meio de entrevistas, expressaram suas opiniões a respeito de fatores condicionantes para a



existência da profissão deles. Assim, foi possível desenvolver o tema proposto neste estudo a partir de análises feitas contrapondo, quando possível, a teoria e a prática.

### **3.3 Resultados e discussões**

#### **Histórico profissional**

Em virtude das novas tendências do mercado atual, que implica novas formas de produção, isso acabou interferindo, consideravelmente, na formação profissional, pois a exigência por trabalhadores qualificados, que elevem a competitividade por meio da intensificação do uso das tecnologias de informação, bem como de novas formas de gestão do trabalho tem sido o foco das empresas de qualquer setor. Portanto, é comum se ouvir dizer que pessoas que não acompanham o desenvolvimento do mercado tendem a ficar fora dessa concorrência por uma vaga de emprego.

Alimentando essa ideia de que as pessoas têm que buscar, incessantemente, a qualificação profissional, Drucker (2001) assegura que as empresas estão buscando profissionais que, além do conhecimento técnico e das habilidades, também detenham o conhecimento e o domínio da informação.

Visto isso, percebe-se que não é satisfatório para o mercado dominar apenas as habilidades técnicas, mas o todo que envolve a atividade na qual o indivíduo está inserido. Por essa razão, é importante destacar o aumento da procura por profissionais polivalentes, evidenciado no Parecer da CNE/CES de nº 436/2001, em que consta que essas pessoas têm que ser capazes de interagir em situações inusitadas e se adaptar facilmente às constantes mudanças ocorridas no mercado (MEC, 2009).

Sabe-se que existem muitos profissionais competentes que estão no mercado e que não receberam formação superior formal para completar suas qualidades e seus desempenhos profissionais. Entretanto, conhece-se a importância dada, hoje em dia, à valorização, pelo menos formal, da boa educação profissional, que poderia e deveria ser oferecida em sintonia com a realidade e as necessidades de cada área.

A educação profissional não objetiva somente a obtenção do título quando do término do curso, mas possibilita a pessoa a dominar determinado “saber-fazer”

acrescido do conhecimento global de todo o processo produtivo, assim como dos demais valores necessários à tomada de decisão.

Nessa perspectiva, a posse de um diploma não significa garantia de emprego, uma vez que a atividade produtiva depende da habilidade de conhecimentos, em que as pessoas devem ser mais criativas, críticas e pensantes. Segundo Drucker (1997), estamos partindo para um momento social, em que os indivíduos de destaque no mercado de trabalho serão os 'trabalhadores do conhecimento', que o autor define como sendo pessoas capazes de alocar conhecimentos a fim de incrementar a produtividade e gerar inovação.

A noção de empregabilidade está associada a uma política de seleção da empresa e implica transferir a responsabilidade da não-contratação (ou da demissão, no caso dos *plan sociaux*) ao trabalhador. Um trabalhador "não empregável" é um trabalhador não-formado para o emprego, não-competente etc. O acesso ou não ao emprego aparece como dependendo da estrita vontade individual de formação, quando se sabe que fatores de ordem macro e mesoeconômicas contribuem decisivamente para essa situação individual. (HIRATA, 1996, p. 10)

Contudo, observou-se, ao longo da pesquisa, que essa realidade profissional não se aplica, de imediato, aos chefes de cozinha, pelo menos com os profissionais entrevistados, pois a maioria deles, sem nenhuma qualificação profissional e com nível escolar bastante baixo, conseguiu adentrar o mercado de trabalho e crescer dentro da empresa na qual, atualmente, ocupam cargos de chefia.

Contrapondo essa realidade, observou-se que, na pesquisa bibliográfica, o sucesso na escola é um fator importante e, muitas vezes, determinante para o sucesso profissional, pois, segundo Lundvall (1992 apud Tálamo e Carvalho, 2004), o conhecimento é um recurso fundamental na economia moderna, e o aprendizado, o processo mais importante. Marx refere que “A educação é o único caminho capaz para transformação humana social dos indivíduos, conduzindo-os para uma visão crítica, conscientizando e preparando-os para viverem em sociedade e assumindo a sua cidadania” (1991, p.27).

Diante de tais afirmações, acredita-se que a aprendizagem é a maneira mais eficiente de capacitar as pessoas, posto que permite uma constante utilização e recriação das habilidades e reforça o conhecimento dentro das organizações.

Teixeira (2000) explica, que na sociedade atual, enfatizam-se a cultura do compartilhamento e a formação de memória organizacional, principalmente visando

captar, reter e disseminar o conhecimento tácito nas organizações. É o que de fato acontece nas empresas, em especial, as de alimentação, pois, muitas vezes, o funcionário não tem formação acadêmica específica, mas detém um vasto conhecimento aprimorado ao longo das experiências vividas e que, não raras vezes, ultrapassa o conhecimento teórico de quem estudou por mais tempo, por exemplo.

As mudanças no mercado de trabalho exigem renovação e desenvolvimento contínuo para a melhoria do conhecimento organizacional que se alcança com a busca do aprendizado contínuo. Nesse sentido, Panton, Peters e Quintas (2005) afirmam que uma cultura de aprendizagem gera habilidades de criar, absorver e assimilar novos conhecimentos.

Dos seis chefes de cozinha entrevistados, apenas um tem formação superior completa, e dois estão na graduação. Entretanto, numa análise preliminar das respostas obtidas pelos respondentes, percebe-se que esses três tiveram um pouco mais de oportunidade no que tange aos estudos, pois, pelas suas informações, o grupo provém de famílias com condições razoáveis e que propiciaram, em primeiro lugar, a conquista de um diploma. Os demais sequer terminaram o segundo grau. Nesse caso, a estrutura familiar não permitia condição de estudo formal, pois tinham que trabalhar para aumentar a renda familiar. Com o passar do tempo, não sentiram mais motivação para voltar à escola e continuar os estudos, por mais que tivessem vontade de fazer um curso superior, especialmente na área de alimentação.

Contrapondo o que já foi mencionado sobre a importância da formação escolar e profissional, seguem relatos de alguns dos entrevistados:

*Eu tinha vontade de fazer um curso superior, mas por descuido... Se pudesse eu faria muitas coisas, mas de preferência na área de alimentação (Chefe Buffet, 2010).*

*Não terminei os estudos porque casei cedo e tive que trabalhar para sustentar a família. Mas tenho muita vontade de fazer o curso superior em gastronomia (Chefe Bistrô, 2010).*

*Não pretendo terminar os estudos e nem tenho vontade de fazer curso superior por falta de tempo mesmo, pois o horário aqui é muito puxado e aí eu não tenho tempo para isso (Chefe Rotisserie, 2010).*

Apesar dessas falas, sabe-se que a habilidade necessária para executar determinada tarefa é definida como sendo um conjunto de funções e responsabilidades que agregam valor dentro de uma empresa (DUTRA, 2004). Nesse sentido, os Cursos de Gastronomia, tanto os de nível tecnológico quanto os de nível superior, contribuem consideravelmente para a melhoria e a formação das habilidades técnicas e direcionam o indivíduo no que tange às competências gerenciais, pois, segundo Davenport & Harris (2007), o grande diferencial para se tornar competitivo está no conhecimento e no domínio da informação.

Ressalta-se que a maioria dos entrevistados que não terminaram os estudos até manifestam vontade e expressam esse desejo de voltar a estudar, conforme mencionado. Porém, entre os que já estão formados e/ou se formando, o desejo de cursar gastronomia também foi expresso, pois assim se sentiriam mais felizes e realizados como profissionais da área de alimentos, como mostram estas falas:

*Estou cursando há 1 ano o curso de Nutrição. Na verdade eu queria Gastronomia como aqui em João Pessoa não tem eu faço nutrição que tem tudo a ver com alimento [...] Para fazer Gastronomia eu teria que ir para São Paulo e no momento não tenho condições de abandonar o meu emprego e ir para outra cidade (Chefe Pâtisserie, 2010).*

*Eu sou formada em Direito, mas sempre gostei de cozinhar [...] Eu fui amadurecendo a ideia e buscando cursos aqui em João Pessoa. Foi quando abriu um curso na área em uma instituição e eu me interessei e me matriculei. Mas, infelizmente por falta de recursos o curso não teve continuidade (Chefe Restaurant, 2010).*

Independentemente das dificuldades encontradas para estudar, todos foram motivados a trabalhar na cozinha, por meio de um sentimento que eles mesmos definiram e chamaram de amor, pois é o que sentem ao desempenhar tal atividade. Muitos deles começaram a trabalhar na cozinha sem a mínima noção de como funcionava, pois estavam ali porque fora o primeiro emprego que surgiu e acabaram gostando e resolvendo investir na carreira. Outros migraram das mais diversas áreas de conhecimento para a gastronomia, movidos, também, pela paixão em cozinhar. E mesmo sabendo da possibilidade de ganhar salários mais baixos, dispuseram-se a abandonar suas áreas de origem e investiram na gastronomia.

*Eu comecei numa lanchonete e fui trabalhar num restaurante depois de um ano. Eu entrei na lanchonete como auxiliar de cozinha e passei um ano e depois fui a saladeiro e depois para cozinheiro e aí passei 1 ano 3 meses. A experiência foi boa, foi uma profissão que eu quis e comecei a gostar. Fui me aperfeiçoando e cada vez mais comecei a gostar (Chefe Rotisserie, 2010).*

*O que me motivou a entrar nessa área foi é porque é uma área que dá a possibilidade de você crescer apesar de você não ter estudo ela facilita para você crescer porque não precisa de tanto estudo. Agora depois que você aprende aí você tem que se atualizar com ingredientes novos, culinária nova, internacional que é a área que eu trabalho aí há interesse, mas no início não. No início você pensa: poxa, vou viver lavando pratos? Aí você começa a querer crescer e depois e depois passa a gostar (Chefe Bistrô, 2010).*

*No começo, quando eu comecei a trabalhar numa cozinha, ainda criança era para ajudar a meus pais, pois minha mãe era muito doente, então eu tinha que ajudar nas despesas da casa, aí eu comecei a trabalhar e comecei a gostar. Eu comecei como ajudante na cozinha ainda em Santa Catarina. Depois eu fui embora para São Paulo quando já estava com 15 anos e já fui direto para a cozinha também (Chefe Buffet, 2010).*

Diante do exposto, percebe-se que, entre os entrevistados, carentes de formação escolar e advindos de zonas rurais e/ou áreas menos favorecidas dos grandes centros urbanos, uma parcela significativa é de pessoas que aprenderam, na prática do dia a dia, os serviços de uma cozinha e acabaram galgando patamares mais elevados, como o cargo de chefe de cozinha, por exemplo. Todavia há que se destacar que muitos foram os motivos que levaram essas pessoas a continuarem nesse segmento. Para o Chefe *Rotisserie*, a motivação surgiu do contato com outro chefe, que lhe ensinou tudo o que hoje ele domina, conforme segue:

*O que me motivou muito a seguir nessa profissão foi que eu me espelhei muito nesse meu chefe, né... E também devido ao salário que compensava. É por isso que eu nem terminei os estudos. Antes eu nunca tive interesse em trabalhar com cozinha. Esse interesse nasceu mesmo a partir do meu primeiro emprego. Esse primeiro emprego surgiu porque eu já estava de olho mesmo porque felizmente a maioria dos meus primos que trabalhava, já trabalhava nesse ramo mesmo. Então arrumei esse lá (Rio de Janeiro) e aí fui me interessando. [...] Eu pensava muito em ser caminhoneiro... Mas hoje, na minha*

*família somente eu sou chefe e só eu trabalho nesse ramo. Agora, eu tenho um primo que tá lá no Rio e que é chefe também (Chefe Rotisserie, 2010).*

Para o chefe Bistrô, a motivação teve certa ligação com seu nível de escolaridade:

*O que me motivou a entrar nessa área foi porque é uma área que dá a possibilidade de você crescer. Apesar de você não ter estudo ela facilita para você crescer porque não precisa de tanto estudo. Agora, depois que você aprende aí você tem que se atualizar com ingredientes novos, culinária nova, internacional que é a área que eu trabalho; aí há interesse, mas no início não. No início você pensa: 'poxa, vou viver lavando pratos'? Aí, você começa a querer crescer e depois passa a gostar (Chefe Bistrô, 2010).*

Com o chefe Boulange foi diferente:

*Tudo começou através de que tudo que eu pegava ficava gostoso, até um mistozinho que eu fazia e um colega meu também fazia com o mesmo material o meu ficava melhor do que o dele e aí ele dizia: 'ô rapaz tu tem a mão boa, tu tem o dom...' [...] Minha avó também foi professora de culinária, entendeu?! E, explorei mais esse meu dom e comecei a estudar e aí me formei em chefe de cozinha através de uma escola que oferecia esse curso técnico aqui e que tratava de cozinha internacional (francesa, espanhola, grega...tudo) (Chefe Boulange, 2010).*

O chefe Buffet aprendeu a gostar da atividade por meio da prática. Foi no dia a dia que ela adquiriu conhecimento e interesse pelo que faz, segundo seu este depoimento:

*O interesse pela gastronomia foi surgindo à medida que eu ia trabalhando. No início não tinha vontade não, mas depois foi surgindo e eu também gosto, aliás, sempre gostei de cozinha. Antes mesmo de trabalhar com cozinha eu já gostava de fazer uma coisinha diferente.(Chefe Buffet, 2010).*

Os projetos pessoais influenciam no desempenho e no crescimento do indivíduo e podem contribuir, no caso da escolha profissional, para o alcance da realização, seja na profissão ou na vida pessoal. Essas influências podem ser causadas por inúmeras variáveis, como, por exemplo: ostentação de um título de uma profissão glamorosa; facilidade de entrar na mídia por meio da gastronomia; influência de amigos e familiares; ilusão de altos salários, entre outros itens citados pelos entrevistados.

Além de certa inclinação para a atividade da gastronomia, os entrevistados mostraram que outros fatores também os influenciaram na escolha dessa profissão. Um dos motivos pode ter sido a intervenção dos pais, dos amigos e/ou do grupo social, assim como do meio sociocultural em que o indivíduo se encontrava, bem como pela descoberta de uma aptidão.

Tais declarações vão ao encontro dos conceitos sobre a relevância do aprendizado sugerido por Christov (1998, p. 9), que diz:

A Educação Continuada se faz necessária pela própria natureza do saber e do fazer humanos como práticas que se transformam constantemente. A realidade muda e o saber que construímos sobre ela precisa ser revisto e ampliado sempre. Dessa forma, um programa de educação continuada se faz necessário para atualizarmos nossos conhecimentos, principalmente para analisarmos as mudanças que ocorrem em nossa prática, bem como para atribuímos direções esperadas a essas mudanças.

Aliada a esse conceito, ainda é possível identificar a relação da importância da formação profissional com a visão organizacional, em que Drucker (2001) e Dutra (2004) manifestam a ideia de que o progresso científico não acarreta apenas o aumento quantitativo dos conhecimentos, mas altera, também, a estrutura de empregos e a distribuição de profissionais.

### **Importância da profissão**

Outro fator relevante e que merece destaque nesta pesquisa é a importância dada pelos entrevistados à profissão, dentro do mercado de trabalho,. Tendo em vista as mudanças ocorridas no mundo do trabalho e que as organizações buscam, cada vez mais, alternativas para adequar seus quadros à realidade, às exigências e às necessidades futuras da atividade profissional, as pessoas almejam se profissionalizar para garantir seu espaço no mercado.

Segundo Lacombe (2002), a profissão pode ser entendida como resultado de uma decisão baseada em escolhas que o indivíduo faz, atentando para as suas competências. Por um lado, isso é bom, porque induz a pessoa a saber administrar sua profissão e a desenvolver habilidades para entrar e se manter no mercado, uma vez que as organizações estão em busca de profissionais dotados do maior número possível de

aptidões. No setor de alimentação, isso não é uma realidade facilmente possível, de acordo o que já foi exposto no referencial, haja vista as condições educacionais das pessoas que vão trabalhar numa cozinha. Entretanto, mesmo quando não são letrados, muitos desses profissionais sabem da importância e da responsabilidade que é cuidar da alimentação de outrem.

Neirink e Poulain (2001) e Suaudeau (2004) asseveram que, independentemente, de qual seja a refeição e em que tipo de cozinha ela é preparada, não resta s de que cozinhar leva tanto à reflexão quanto ao prazer, pois a experiência vivenciada é única. Cada cliente é único, assim como cada prato preparado também é único. Num restaurante, tudo funciona como se fosse, a cada dia e a cada cliente, a primeira vez (SUAUDEAU, 2004).

Em se tratando desse assunto, os entrevistados se expressaram da seguinte forma:

*A cozinha em si é um prazer, pois você come; comer bem é um prazer e eu procuro fazer as coisas perfeitas de modo que as pessoas gostem. [...] As pessoas gostam de comer coisas diferentes... E nisso tudo a importância é trazer o prazer de fora pra cá, para as pessoas. Por isso considero uma profissão muito importante (Chefe Bistrô, 2010).*

*Eu acho a minha profissão de chefe de cozinha muito importante porque mexer com alimento é uma coisa que tem que ter muita responsabilidade, pois não é qualquer um que pode fazer. Para ser um chefe tem que ser uma pessoa séria e uma pessoa correta [...] Eu acho que tem que ter muita responsabilidade nessa área. Eu hoje sou chefe de cozinha pela capacidade de ajudar, de orientar as pessoas que chegam - os novatos. Ensinar desde o começo, pois quando entra alguém para trabalhar na cozinha essa pessoa fica sob minha responsabilidade, eu que vou treiná-la. Todo mundo dentro da cozinha está sob minha responsabilidade (Chefe Buffet, 2010).*

*Eu acho que é uma importância muito grande porque a gente lida com muitas pessoas ao mesmo tempo né... E você tem que ter um cuidado muito grande. Pra cada tipo de pessoa você tem que ter aquele certo cuidado né... Nos temperos, tem pessoa que não pode comer muito sal... Tem que ter muito cuidado. E eu fico olhando, examinando, provando tudo para nunca sair uma comida salgada demais e, sim, para sair tudo no padrão certo. Eu acho ótimo o que faço me sinto muito realizado e acho que não mudaria de profissão; mesmo que pra ganhar mais. Me sinto realizado mesmo! (Chefe Rotisserie, 2010).*



Então, com base nesses depoimentos, fica evidenciado o quanto esses profissionais valorizam o trato com os alimentos e como se preocupam com o bem-estar de quem consome seus pratos. Corroborando o que foi visto na prática, Suaudeau (2004, p. 135) explica que essa “é uma profissão que valoriza a obediência, o respeito e o ritual, o que lhe dá um caráter sacerdotal”.

Embora importantes, as premissas básicas de um chefe de cozinha não devem mais se restringir à experiência adquirida na prática. É essencial que o conhecimento teórico acerca do material de trabalho se faça presente na rotina dessas pessoas, que lidam, também, com a saúde de outros. A seguir, mais um depoimento que versa sobre essa importância:

*O chefe de cozinha é uma pessoa que prepara o alimento e as pessoas precisam se alimentar todo dia e várias vezes ao dia e eu acho isso importantíssimo, mesmo porque a hora de se alimentar é considerado um momento sagrado e o chefe vai prover um momento de nutrição para outras pessoas, aliado ao prazer. Para as pessoas isso é um momento de deleite de degustar pratos, surpreender o paladar com novos sabores, não só de se nutrir, de encher a barriga, mas para ter um momento de convívio. Eu acho importantíssimo, acho belíssimo, acho um momento de troca de energia, também, porque a gente trabalha muito com as mãos, além de trabalhar, também, com a cabeça, ter que coordenar tudo... Mas tem uma troca de energia muito grande com o alimento que eu acredito que vai para o consumidor (Chefe Restaurant, 2010).*

Para ser um bom profissional na área da alimentação e se destacar em um mercado cada vez mais competitivo, o indivíduo precisa deter uma série de qualificações e características que vão fazer o diferencial, não apenas no momento da contratação, mas na hora da verdade, de preparar o prato e ter que ficar frente ao cliente.

A esse respeito, o gestor entrevistado ressalta:

*A profissão de chefe de cozinha é tão importante quanto à do gerente, do dono... Ser chefe é ser também o dono! Então, se a pessoa se diz ser chefe, então, que cuide como se fosse o dono do negócio, mesmo (Gestor de uma empresa do setor de A&B, 2010).*

Talvez por não evidenciar, ainda, uma exigência maior por parte dos gestores, no que tange à qualificação profissional, os trabalhadores que já estão há algum tempo no

setor se sentem protegidos, porque já dominam certas práticas da atividade e do estabelecimento em que trabalham.

Freund (2005) traça o perfil do trabalhador do setor de alimentação no Brasil e relata que esse é, além de talentoso, autodidata e, muitas vezes, polivalente, mas não atinge um nível melhor devido à falta de profissionalização do setor.

De acordo com o depoimento de um dos entrevistados, que é instrutor de curso na área de gastronomia, em relação a essa preocupação e busca por profissionais mais qualificados, ele afirma:

*A gente vê a procura dos empresários locais querendo profissionais melhores (Instrutor do curso de gastronomia, 2010).*

Entretanto, essa realidade muda à medida que novos profissionais, com experiência e formação profissional, vão entrando no mercado. Porter (1986) afirma que, além do ambiente global em que se inserem, as empresas têm que se preocupar com um ambiente mais restrito, formado por concorrentes, fornecedores, clientes, produtos substitutos e entrantes potenciais, que as influenciam na competição num determinado setor e na geração da sua rentabilidade potencial. Nesse sentido, é necessário preparar o capital humano da empresa, no caso desta pesquisa, os chefes de cozinha, para que dominem outros valores que não somente as habilidades técnicas.

### **Formação profissional**

Este item é registrado em todos os depoimentos, entretanto, para a maioria dos entrevistados, a falta de formação não foi empecilho para conseguir entrar nesse mercado e crescer na carreira. Percebeu-se que a maioria deles expressa o desejo de continuar com os estudos e se formar em Gastronomia. Todavia, alegam que, mesmo sem formação, conseguiram entrar num mercado que hoje se encontra em alta e bastante competitivo, tendo em vista o número de pessoas que vêm de outras cidades com cursos e mais cursos na área. Contrapondo essa visão dos entrevistados, Montenegro (2003) revela que o fato de a mão de obra no setor de alimentação ser quase toda artesanal, isso

dificulta sua gestão, ao contrário de empresas de outros segmentos, que estão investindo cada vez mais em tecnologia, objetivando minimizar custos e maximizar lucros.

*A falta de estudo no meu caso não interferiu em nada para eu arranjar um emprego. Foi fácil de entrar nesse ramo. [...] Eu não sinto nenhuma deficiência por não ter estudado porque o tempo de trabalho e todo dia, você vai toda vez melhorando mais e tem coisas que uma escola não ensina (Chefe Buffet, 2010).*

*O fato de não ter estudado só prejudicou a mim mesmo, mas o fato de arrumar trabalho não prejudicou não. No meu caso o que facilitou a minha entrada no mercado de trabalho nessa área foi o conhecimento, pois o fato de você conhecer gente da área que já trabalha fica mais fácil de arrumar um emprego (Chefe Bistrô, 2010).*

*Ainda falta muito para eu estar realmente satisfeita com o que faço porque eu queria ter um conhecimento mais profundo. Há muitas coisas ainda que eu não sei fazer e que realmente deveria fazer, como todo chefe de cozinha. Eu ainda deixo muita coisa a desejar. Mas eu acho que é justamente por não ter um conhecimento superior. [...] É como se eu me sentisse pouco preparada e o curso superior me daria esse apoio, apesar de ter feito um curso técnico de chefe internacional (Chefe Pâtisserie, 2010).*

Vive-se num mundo globalizado, onde imperam o conhecimento e o domínio da informação, conforme assinalam Morris e Fairbank (apud Davenport e Harris, 2007). Contudo, essa rápida troca de informações, que gera aumento na competitividade no universo dos negócios, trouxe mudanças significativas para o mundo do trabalho. Nessa perspectiva, o indivíduo perspicaz e competitivo que as empresas estão buscando no mercado é aquele que alia o conhecimento à criatividade sem, contudo, deixar de se capacitar continuamente. Tais características são valorizadas e exaltadas pelas empresas, qualquer que seja o seu segmento.

*Passar por um ensino superior é com certeza muito importante. É totalmente diferente lhe dar com alguém com estudo, até para falar, conversar sobre o trabalho é diferente. Pessoas com domínio de conhecimento seja ele qual for é bem mais fácil de se virar no mercado. [...] Eu prefiro contratar uma pessoa sem nenhuma experiência, mas com estudo do que o inverso. [...] Os dois chefes da casa tem o curso ainda que técnico de gastronomia. Um já foi contratado com o curso que fez em Natal e o outro nós pagamos o curso para ele. [...] Saber muito*

*nunca é demais (Gestor de uma empresa do setor de A&B, 2010).*

Na seara dessas informações, Escoffier (apud, Leal, 1998, p. 129) afirma que “um cozinheiro, ainda que seja capaz e experiente, precisa ter seu trabalho orientado e dirigido por um chefe, responsável por tudo na cozinha. O chefe, por sua vez, deve ser um artista e administrador”.

Entre os entrevistados, a formação profissional não representa o diferencial mais poderoso para se alcançar um emprego, por exemplo. Eles acreditam muito mais na experiência adquirida, ao longo dos anos, do que no conhecimento teórico. Para muitos deles, ter um diploma do Curso de Gastronomia significaria poder dizer, com mais segurança, que são realmente chefes de cozinha, posto que ninguém poderia contradizer algo que ele estudou e se formou para fazer. Mas Escoffier (apud Franco, 2001) lembra que, para ser um verdadeiro *chef*, não basta reunir características como experiência, por exemplo, é necessário que haja o conjunto de outros elementos tão importantes quanto. A esse respeito, vejam-se as palavras de Bistrô:

*Eu considero ser muito importante o chefe passar por uma formação formal de ensino porque a maioria dos chefes daqui de João Pessoa vem de cidades como Salvador, São Paulo... São cidades que tem faculdade que tem cursos [...] Se você tiver um curso já é diferente. Não tem como a pessoa não perceber e quando você não tem, aí acham que você é ‘um qualquer’. Então, nesse caso pesa muito o fato de não ter um diploma e eu acho que não é só na área de gastronomia, eu acho que em toda área (Chefe Bistrô, 2010).*

*Acho que seria uma boa o chefe passar por um ensino superior porque aí a gente saberia explicar melhor as coisas. Tem hora que eu acho que a gente fica meio perdido, né e um chefe de cozinha formado ele sabe muito da área, ele sabe o que pode ali, a quantidade de caloria, ele sabe tudo... Então você tem que ter estudo para saber quantas calorias têm uma coisa, para que serve... Agora, o tempero a gente sabe para que serve, por exemplo. Agora tem uns que uma certa pessoa não pode comer aquele tempero aí você já vai ter que saber como fazer, né (Chefe Rotisserie, 2010).*

*Acho e considero de fundamental importância o candidato a futuro chefe ter que passar por um ensino superior de preferência, porque vai dar embasamento, vai dar profissionalismo, segurança para o próprio profissional saber o que está fazendo, porque o curso vai te passar experiências já*

*passadas e testadas por outros profissionais e vai te dar muito mais consciência de todo o processo. O fato de você saber preparar um prato gostoso não quer dizer que você tem que saber a história de cada ingrediente, mas se você souber vai agregar valor, porque é até outra forma de vender e você pode até usar isso no cardápio, no salão através dos garçons como eles vão explicar [...] Não adianta a gente só cozinhar e não ter quem venda e para vender tem que entender saber do produto e isso eu acho fundamental (Chefe Restaurant, 2010).*

*Eu concordo que para ser um chefe de cozinha a pessoa teria que passar por essa formação sim. Eu acho importante fazer um curso sim, porque ajuda muito com certeza. Mas se eu tiver que escolher entre 2 pessoas para trabalhar comigo, uma com estudo na área e sem experiência e outra com experiência e sem estudo, eu vou preferir a que tiver experiência com toda certeza, mesmo que venha com vícios de outros trabalhos. A gente tira os vícios e coloca dentro do padrão! (Chefe Buffet, 2010).*

Além da qualificação profissional, Leal (1998) destaca a importância da aptidão do indivíduo para realizar uma atividade, entretanto, considera proporcionalmente relevante à vocação profissional de um chefe de cozinha a formação e afirma: “ele precisa de muito estudo e de muitos anos de trabalho e experiência, para adquirir um amplo conhecimento de cozinha, tanto popular quanto clássica. É o contato com essas cozinhas que dará a ele a possibilidade de criar algo fino e sofisticado” (LEAL, 1998, p. 130).

É a partir dessa necessidade de melhorar os serviços prestados no setor de alimentação e formar profissionais, ainda que de uma maneira mais rápida, que muitas instituições de ensino começaram a investir em cursos de nível técnico dessa natureza. Todavia é importante lembrar que não é, somente, o curso que vai dar condições de o indivíduo assumir uma cozinha e se intitular *chef*. Nesse sentido, Atala e Dória (2008) não concordam com a ideia de que, para ser chefe de cozinha, é essencial portar um diploma. Eles entendem que essa ideia foi criada pelas instituições de ensino.

## Mercado de trabalho

Quando questionados sobre o mercado de trabalho, os entrevistados se sentiram seguros em afirmar que, em João Pessoa, há muito campo para profissionais dessa área e que é um mercado em ascensão, como expressam estas falas:

*Quanto ao mercado de trabalho para esses profissionais eu avalio como um mercado que está em crescimento. [...] Às vezes alguns se despontam mais, mas todos eles estão empregados. Uns embarcados outros em restaurantes, outros em casa mesmo, como autônomo. [...] O mercado aqui absorve rápido porque há uma busca na qualificação no setor de cozinha (Instrutor do curso de gastronomia, 2010).*

*Aqui em João Pessoa eu acho que faltam profissionais porque tem muito campo. Nessa área só fica desempregado quem quer. Se eu quiser me dar 6 meses de férias, por exemplo, eu peço demissão me dou as férias, passo os 6 meses e quando eu quiser voltar é só entrar na net colocar meu currículo e pronto. No outro dia estou empregado. O mercado daqui é gigantesco. Não fica desempregado. Não fica. Não fica mesmo! Para quem quer trabalhar não fica desempregado (Chefe Boulange, 2010).*

*O mercado de trabalho aqui em João Pessoa, hoje, melhorou bastante, tá ótimo. Porque hoje em dia está abrindo muitos restaurantes por aí e aqui existem poucos chefes de cozinha e cozinheiros. Tem poucos. Ultimamente tenho recebido várias ligações para saber se eu tenho alguém para indicar e tal (Chefe Rotisserie, 2010).*

O novo modelo de economia vigente no mundo impera novas formas de recrutar pessoas para ocuparem os postos de trabalho, razão por que é preciso saber se adequar às novas leis do atual mercado de trabalho, que exigem constantes atualizações e desenvolvimento das habilidades e competências, de modo a atender aos novos requisitos de empregabilidade.

*O mercado de trabalho para quem domina a teoria e a prática é excelente! Mas, muitos chefes que dominam a teoria não querem ficar na 'beira do fogão'; querem apenas dar ordens (Gestor de um estabelecimento do setor de A&B, 2010).*

Segundo Drucker (1980, p. 06), "estamos numa era de turbulência, um período de inovações rápidas e de modificações radicais e aceleradas em todos os setores da

vida humana". No entanto, essa realidade se justifica pelo fato de as organizações estarem mais suscetíveis às mudanças constantes, ocasionadas por fatores como: economia, política, estrutura social, entre outros.

E, vivenciando todas essas mudanças, o mercado de trabalho exige das empresas que elas sejam cada vez mais dinâmicas, conferindo mudanças também no relacionamento entre empregado e empregador.

*Eu sou quem crio o cardápio, faço tudo e ele (o dono) agora está me ajudando também. [...] Há um interesse sim, de meu patrão em investir em mim... (Chefe Bistrô, 2010).*

No entanto, os entrevistados ressaltaram, algumas vezes, a necessidade de participar de treinamentos que melhorem o desempenho deles dentro da própria empresa onde trabalham. Essas necessidades surgem decorrentes das transformações sofridas no mercado de trabalho e que variam de acordo as condições de cada região, o segmento da economia e a qualificação de cada trabalhador.

Os empresários do setor de alimentos encontram dificuldades para conseguir encontrar o perfil adequado para determinado cargo ou área e se veem obrigados a treinar os profissionais com o perfil demandado.

*Eu sinto falta sim de um treinamento, com certeza (Chefe Rotisserie, 2010).*

*Em relação a treinamento aqui em Pessoa não tem nada assim para a minha parte (cozinha internacional), mas para o restante tem, tanto é que o patrão já está procurando um curso que eles ainda não tenham para mandá-los. Em seis meses os funcionários daqui da casa já tiveram 2 cursos, principalmente, na área de vinhos para a questão da harmonização com pratos e essas coisas... (Chefe Bistrô, 2010).*

*Vira e mexe (sic) eles trazem pessoas para dar cursos de treinamento para a gente. Geralmente a gente tem esses cursos e eu acho que é uma vez por ano e o treinamento é conjunto, para todo mundo da empresa. Já me aconteceu da empresa me oferecer para fazer cursos... Uma vez foi de doces dado pela Nestlé. [...] Pela empresa eu me lembro que só teve uns 3 cursos que eu fiz... Esse da Nestlé e outro que eu acabei não indo, mas o outro eu não fui e não me lembro o motivo, mas eu sei que eu não queria ir não (Chefe Buffet, 2010).*

O treinamento é uma ferramenta indispensável usada para desenvolver e habilitar as pessoas dentro de uma organização. Importantes autores que tratam da questão da gestão de pessoas, como Zeithalm (2003), Fitzsimmons (2005) e Drucker (2006), revelam que essa ferramenta, quando usada de forma adequada, pode gerar bons resultados e aumentar a competitividade da organização já que o crescimento da equipe leva ao crescimento da empresa. Concordando com esses autores, Bergamini (1980, p. 122) afirma que "desenvolver organizações é, antes de tudo, desenvolver pessoas".

Vale, no entanto, ressaltar que esses mesmos autores não tratam o treinamento como a solução de todos os problemas dentro de uma organização, mas como uma importante ferramenta administrativa, capaz de aumentar a qualidade e a produtividade dos bens e dos serviços.

De acordo com o que foi mencionado no referencial teórico deste trabalho, o treinamento constitui-se uma “carta nas mangas” que muitas empresas têm para competir no mercado. Portanto, fica claro que o treinamento é imprescindível a todo tipo de organização, tanto as de maior como as de menor estrutura. Aliás, não é o tamanho da empresa que determina ou justifica a necessidade de treinamento, mas a natureza das atividades que nela se desenvolvem (FERREIRA, 1989).

Diante do aumento de estabelecimentos comerciais, no setor de alimentos e de bebidas, é necessário procurar profissionais qualificados e que dominem tanto as habilidades técnicas quanto as competências necessárias para resolverem todos os problemas que fujam, porventura, do seu conhecimento prático, visto que um chefe de cozinha abarca outras funções que, não só, as de cozinhar e montar o prato, por exemplo.

### **Perfil do chefe de cozinha**

No decorrer da entrevista, este tópico foi sendo inserido pelos próprios entrevistados, que sentiram, em determinado momento, necessidade de falar sobre as verdadeiras características de um chefe. No referencial teórico, esse assunto é tratado junto com a questão da formação profissional, quando descrito o mercado de trabalho para esses profissionais.



As organizações buscam pessoas dotadas de aptidões que elas possam canalizar para a geração de negócios em benefício da empresa. Atributos como agilidade, coletividade e capacidade de gerar valor agregado ao produto e/ou serviço constituem alguns dos elementos que os gestores procuram num candidato a entrar no mercado de trabalho.

O profissional, atualmente, precisa ser multifuncional, ter habilidade para trabalhar em equipe bem como ser capaz de compatibilizar e/ou transformar a inteligência, a experiência e a *expertise* em valores éticos, além de apresentar uma visão global de todo o processo e do mercado no qual está inserida a empresa (DAVENPORT e HARRIS, 2007).

Nesse sentido, um dos participantes afirmou o seguinte:

*Primeiramente a pessoa tem que ter uma boa faculdade e em seguida ter uma boa prática. Não só em restaurantes, como em hotéis, também, pois há diferença entre eles. O chefe tem que conhecer também a parte de salão... [...] É melhor que domine a prática do que cheio de cursos e não saber fazer nada. Ter conhecimento é bom, pois faz toda a diferença, sim! Mas a prática para esse setor conta muito e talvez até mais (Gestor de uma empresa do setor de A&B, 2010).*

Porém, entre as várias características citadas pelos entrevistados, no tocante ao perfil de um chefe de cozinha, destacam-se os seguintes depoimentos:

*O chefe ele faz tudo. Ele coordena, ele organiza, ele vai até para o salão vender se for o caso. Ele faz tudo; ele seleciona o pessoal para trabalhar. É uma pessoa que faz tudo. Para mim os verdadeiros chefes de cozinha delegam os trabalhos, divide e fiscaliza os trabalhos e tem que assumir toda e qualquer outra profissão e, por isso teria que ter outra formação superior, mas não quer dizer que uma pessoa que não passou por uma faculdade não tenha capacidade (Chefe Pâtisserie, 2010)*

*Para ser um chefe de verdade a pessoa tem que ter muito conhecimento, né?! Por exemplo, um cozinheiro faz o que o chefe manda, mas na verdade ele quase não sabe o que está fazendo, não conhece o ingrediente, não sabe montar o prato porque quando a pessoa se torna chefe é porque ele já tem um conhecimento grande aí facilita você fazer as coisas. Um chefe ele organiza, tem o controle das coisas, do estoque, faz compras, cria os pratos, o cardápio, ver quais ingredientes leva, o que pode e o que não pode... Eu acho que em todo restaurante*

*deve ter um chefe porque o chefe é quem controla tudo, as pessoas dentro da cozinha e fora que na cozinha se trabalha com arma branca e isso é complicado, aí você tem que ser esperto, ser inteligente no que está fazendo e bem interessado também e cuidar das pessoas também. Assim como outras áreas eu acho que um chefe ele tem que aprender mais, procurar ler, ver as coisas, estar interligado na net e eu sempre estou buscando isso (Chefe Bistrô, 2010).*

*Para mim um verdadeiro chefe tem que dominar as técnicas internacionais pelo menos as principais, conhecer os pratos também, tem que ter liderança, saber lidar com as diferenças, ser dinâmico, ter pulso firme e ser flexível também, ter conhecimento teórico mesmo de administração para poder identificar as diferentes situações e saber agir e amar mesmo o que faz porque você trabalha em pé, em altas temperaturas e mudança brusca de temperatura, enfim tem que amar muito o que faz e gostar muito de pessoas porque você tá em todo o tempo em contato com pessoas. A solidariedade na cozinha é tudo (Chefe Restaurant, 2010).*

De maneira mais objetiva, o instrutor de um Curso de Gastronomia entrevistado falou, em poucas palavras, sobre o verdadeiro sentido do chefe de cozinha, baseado num mercado rodeado de glamour, como ele mesmo afirmou:

*Para ser um verdadeiro chefe a pessoa deve primeiro saber cozinhar, conhecer a maioria dos insumos, dos temperos, buscar ter curiosidade em conhecer coisas novas, ter criatividade, simplicidade, ter espírito de liderança, se relacionar bem e procurar estar sempre atualizado com o que o mercado pede (Instrutor do curso de gastronomia, 2010).*

Ainda sobre o perfil desses profissionais, a pesquisa evidenciou que o mercado pede profissionais experientes e com conhecimento e domínio também de informações. Não necessariamente, precisa ter um diploma para garantir seu lugar no mercado, pelo menos por enquanto, conforme afirmam alguns participantes da pesquisa. No entanto, em um meio de competição tão acirrada, onde só há espaço para os melhores, a escassez de mão de obra especializada e de qualidade se faz bastante presente.

Por outro lado, ficou claro que as empresas que não se adaptarem às mudanças impostas pelo novo ambiente competitivo estarão correndo o risco de não sobreviver, independentemente do seu tamanho e da sua idade. É nesse cenário competitivo e marcado por turbulências e incertezas que as empresas, a fim de sobreviver nesse

quadro, devem buscar novas modalidades de organização e administração, bem como de gerir seus funcionários.

Diante dessas considerações, o profissional deverá estar em constante atualização e ter um bom relacionamento com toda a equipe, visando sempre ser reconhecido pelo seu trabalho, o trabalha, porquanto aquele que não se atualiza não tem espaço nesse mercado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É impossível falar em gastronomia sem tocar em assuntos ligados à História tampouco à hospitalidade. É comum encontrar na literatura grega antigas histórias de deuses que vagavam pelo mundo a fim de por em prova a hospitalidade das pessoas, inclusive por meio da alimentação.

Resgatar o momento agradável e sagrado do "comer em grupo" promove a prática da sociabilidade e da convivência. Nesses momentos, é colocada em prática a hospitalidade humana, característica encontrada desde as sociedades primitivas e que, quando associada à gastronomia, promove e exalta o convívio humano, valorizando os prazeres gastronômicos. Entretanto, esses valores atualmente estão um pouco perdidos, na medida em que são reinventadas formas de hospitalidade, especialmente, em ambientes comerciais, onde a hospitalidade é resultado do ambiente dito acolhedor, bem como dos serviços personalizados e dos critérios usados na construção do cardápio, por exemplo.

Constata-se, por outro lado, que os grandes momentos são sempre acompanhados de manifestações gastronômicas, como nos nascimentos, batizados, aniversários, casamentos e, de uma maneira geral, de todas as datas festivas e simbólicas das sociedades. É, na maioria das vezes, à volta da mesa que se fazem os encontros familiares e de negócios. Os grandes banquetes gregos, apesar de serem considerados como momentos sagrados, eram regados com inúmeros pratos e exageros na ingestão de alimentos e bebidas, de que participavam os intelectuais, e a comida era um pretexto para a troca de ideias.

A gastronomia induz a fazer do comer uma imensa fonte de satisfação, uma experiência sensorial única a cada ato de se alimentar, como bem lembra em uma de suas obras o autor Ariovaldo Franco. Mas falar em gastronomia é também relembrar os costumes e a tradição de uma nação. A comida sempre esteve e continuará ligada a momentos importantes na história da humanidade. Nesse sentido, a gastronomia é fruto de um determinado ambiente natural e da cultura própria das comunidades que habitam certa região e que, no decorrer do tempo, foi sendo lapidada pelos recursos disponíveis, pelas necessidades da população e pelas práticas ancestrais de cada sociedade. A gastronomia é uma forma de conhecer a história e a cultura de um país. No Brasil, é

recente essa noção de gastronomia como extensão da cultura. Todavia, as grandes mudanças sociais que ocorrem rotineiramente implicam grandes alterações nos hábitos e nas práticas diárias, e a gastronomia não foge a essa regra. Tais mudanças podem ser percebidas a partir da maneira como as pessoas se alimentam.

Diante de um mundo tão globalizado, onde a distância não representa mais dificuldade, o mercado, no setor de A&B, é representado pelo dinamismo, pela versatilidade e pela criatividade dos profissionais que dele estão à frente: os chamados chefes de cozinha.

Dentro dessa perspectiva, o presente trabalho, que teve como objetivo avaliar a formação dos profissionais chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, foi fundamentado nos principais autores da área em questão.

A crescente importância do setor de serviços no contexto da economia mundial e a necessidade de conquistar clientes para garantir a sobrevivência no mercado demandam a identificação dos critérios segundo os quais os clientes avaliam a excelência do serviço. Dessa forma, o prestador de serviços pode priorizar seus esforços para atender àqueles atributos considerados mais importantes pelos consumidores/clientes.

O forte processo de globalização que vivenciamos na atualidade está fazendo com que muitas empresas comecem a repensar suas formas de estratégia competitiva. Isso está ocorrendo graças às rápidas mudanças que ocorrem no mercado, que são as grandes responsáveis pela preferência e exigência de profissionais extremamente qualificados, que sejam capazes de criar e produzir produtos e serviços de qualidade e que, acima de tudo, sejam competitivos.

Crescentemente, os gestores reconhecem que os clientes internos são responsáveis pelo sucesso e pelo crescimento da empresa, que são vistos e avaliados pelos consumidores como extensão da marca e da organização. Em se tratando do setor de A&B, tal realidade é facilmente notada à medida que crescem a procura e o consumo por refeições rápidas, bem como de alimentos já prontos. Entretanto, isso não quer dizer que as pessoas estejam mais descuidadas ou relaxadas em relação à qualidade do que comem fora de casa. Pelo contrário, devido ao maior esclarecimento e acesso à informação, resultante da globalização, a preocupação com a qualidade do serviço ofertado é um item bastante relevante.

No setor de serviços, em especial, no segmento da gastronomia, essa competição é muito mais complexa, haja vista o crescimento desordenado no comércio de alimentos. Essa fatia de mercado sofreu muitos impactos com a globalização, e os que não conseguiram acompanhar tal desenvolvimento acabaram fechando as portas.

Nas últimas décadas, pode-se dizer que houve uma verdadeira “explosão”, no que tange ao surgimento de estabelecimentos de alimentação. Isso foi ocasionado, inicialmente, em decorrência do aumento pela procura de refeições fora do lar por causa da inserção da mulher no mercado de trabalho. A ida aos restaurantes deixou de ser apenas uma alternativa de lazer nos fins de semana e passou a ser de grande necessidade no dia a dia. Com essa demanda maior, as tendências do mercado, no setor terciário, mudaram, e as exigências passaram a ser baseadas na busca pela qualidade a baixo custo, em função do melhor preço, da lucratividade e da competitividade, conforme ressalta Porter (1989).

Devido à alta competitividade do mercado, é exigido da empresa um esforço extraordinário para criar estratégias de permanência no mercado, principalmente, de forma competitiva. E os profissionais dotados de habilidades e aptidões são os responsáveis por descobrir a receita de como permanecer competitivo em meio a tanta concorrência. Todavia, ainda existem gestores que não acreditam nessa nova forma de gerenciar e olhar o mercado e preferem não se curvar a ela. No entanto, empresas desse tipo estão fadadas ao fracasso, visto que não acompanharão o crescimento e o desenvolvimento do mercado e, o que é pior, estarão cedendo seus lugares aos concorrentes.

Muitas vezes, o fracasso das empresas se dá pela falta de liderança e a ausência de direção. No entanto, outro fator que colabora muito com o insucesso de estabelecimentos, no segmento da alimentação, é a alta rotatividade ocasionada pela mão de obra, na sua maioria, desqualificada e despreparada para trabalhar nesse tipo de comércio. Manter um gerenciamento integrado de informações é realmente difícil, porém quem consegue fazê-lo atinge a excelência organizacional assegurado pelos profissionais que formam o empreendimento, objetivo de toda empresa.

O conhecimento sobre as técnicas de negócios impulsiona o aperfeiçoamento dos sistemas e, conseqüentemente, envolve a aplicação de inovações, tornando esse conhecimento uma vantagem competitiva para a empresa. Contudo, se a empresa tiver uma excelente vantagem tecnológica, mas não dispuser de profissionais gabaritados e

talentosos, ferramenta imprescindível ao perfeito funcionamento da organização, nada disso fará sentido. Além de qualificados, os empregados têm que saber acompanhar o avanço tecnológico e buscar o conhecimento necessário, através de informações para o crescimento profissional e, principalmente, para o seu crescimento, que se consegue através da otimização dos resultados, da minimização dos custos e da garantia da qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos clientes.

O estudo realizado permitiu identificar, especificamente no mercado da cidade objeto da pesquisa, que a formação superior formal ainda é escassa entre esses profissionais. Também ficou evidenciado que, para entrar no mercado de trabalho, a falta do ensino formal em nada dificultou, uma vez que é considerada como uma área que oferece subemprego e, por isso, pressupõe-se fácil de nele se ingressar. Por outro lado, os respondentes com um nível de escolaridade mais elevado afirmaram que a escolha da profissão, em muito, deveu-se ao fato de ela estar ligada à mídia e ser vista como uma profissão glamorosa.

Os resultados demonstraram, ainda, que, aos poucos, essa realidade está mudando, à medida que pessoas mais novas e com pensamentos mais inovadores vão entrando no mercado. Com base nas respostas do gestor de A&B, os aspirantes ao cargo de chefe de cozinha vêm dotados de grande interesse e, muitas vezes, já com um curso técnico, no mínimo, na área. Ao contrário das pessoas mais velhas que estão no controle de algumas cozinhas, que chegaram a tal patamar pelo acúmulo de experiência e plano de carreira dentro da própria empresa.

O conjunto de resultados obtidos nesta investigação permite que se projetem novas perspectivas de extensão para este estudo, a fim de verificar possíveis alterações no mercado de trabalho para esses profissionais. Outra possibilidade de continuidade deste trabalho dirige-se aos gestores, com o propósito de identificar as práticas de hospitalidade, por exemplo, sentidas por esses profissionais em detrimento do que precisam passar para os clientes. Finalmente, há a perspectiva do estudo em relação aos centros de formação, quanto aos meios e aos recursos oferecidos para a orientação profissional e o mercado de trabalho para quem busca seguir a carreira de chefe de cozinha.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIA - Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação. Disponível em: <http://www.abia.org.br/anexos/FichaTecnica.pdf> Acesso em 26 de fevereiro de 2010.

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. **Dados do mercado.** Disponível em: [http://abrasel.com.br/sala/?page\\_id=48](http://abrasel.com.br/sala/?page_id=48) Acesso em 26 de fevereiro de 2010.

AMARAL, Márcia S. J. **Avaliações práticas em gastronomia:** um estudo introdutório, 2008. Monografia (Especialização em Gastronomia e Saúde) – Centro de Excelência em Turismo – CET/UNB.

ARAÚJO, W. **Alimentos, nutrição, gastronomia e qualidade de vida.** In Revista Nutrição em pauta Julho/Agosto, 2000.

ATALA, Alex; DÓRIA, Carlos Alberto. **Com unhas, dentes & cuca:** prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos. São Paulo: Senac, 2008.

BARRETO, Ronaldo Lopes Gomes; SENRA, Asdrúbal Vieira. **A Gastronomia e o Turismo.** In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Turismo. Como aprender, como ensinar. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

BERGAMINI, C. W. **Desenvolvimento de recursos humanos:** uma estratégia de desenvolvimento organizacional. São Paulo: Atlas, 1980.

BOHLANDER, George W. **Administração de recursos humanos** / George Bohlander, Scott Snell, Arthur Sherman; tradução Maria Lúcia G. Leite Rosa. – 1. reimpr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BOOG, Gustavo G.; BOOG, Magdalena T. **Manual de treinamento e desenvolvimento: gestão e estratégias** / coordenação Gustavo G. Boog, Magdalena T. Boog. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. **Fisiologia do gosto.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CAMARGO, Luis Octávio de Lima. **Hospitalidade.** São Paulo: Aleph, 2004.

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

CASCUDO, Luís da Câmara. História da Alimentação no Brasil. 3a.ed. São Paulo: Global, 2004



CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHRISTOV, Luiza Helena da Silva. **Educação continuada**: função essencial do coordenador pedagógico. In: GUIMARÃES, Ana Archangelo et. al. O coordenador Pedagógico e a educação continuada. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1998a. p. 9-12.

Davenport, T. H. & Harris, J. G. **Competição analítica**: vencendo através da nova ciência. Ed. Campus/ Elsevier, 2007.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas M. **Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo**. 5 Ed. São Paulo. Editora Futura, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo**: Planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 2007.

DESSLER, Gary. **Administração de recursos humanos**, 2. ed. / Gary Dessler; tradução Cecília Leão Oderich. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

DRUCKER, Peter. **Administração em tempos turbulentos**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1980.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986

DRUCKER, Peter. **Sociedade pós-capitalista**. 6. ed. São Paulo : Pioneira, 1997.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Desafios gerenciais para o Século XXI**; tradução de Nivaldo Montigelli Jr. 3. reimpr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administrando em tempos de grandes mudanças** / Peter Ferdinand Drucker; tradução de Nivaldo Montingelli Jr. - 7. reimpr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

DUTRA, Joel Souza. **Competência**: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2004.

FLANDRIN, J., MONTANARI, M. (org). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FERREIRA, Ernando Monteiro. **Manual de levantamento de necessidades de treinamento**. Rio de Janeiro: Manaus CNI, 1989.

FITZSIMMONS, James. **A administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação** / James A. Fitzsimmons, Mona J. Fitzsimmons; tradução Jorge Pitter. – 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. 2ª ed. rev. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

FREUND, Francisco Tommy. **Alimentos e bebidas: uma visão gerencial**. Rio de Janeiro: Senac, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ªEd. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRIER, Y. **Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes**. São Paulo: Futura, 2000.

GHIRALDELLI, P. Jr. **História da Educação**. São Paulo: Cortez, 1994.

GRONROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HIRATA, H. **O(s) mundo(s) do trabalho: convergência e diversidade num contexto de mudança dos paradigmas produtivos**. São Paulo, 1996 (mimeo.).

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contas Nacionais Trimestrais- Indicadores de Volume e Valores Correntes**. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1452&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1452&id_pagina=1) Acesso em 30 de Nov de 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/comercio/pmc/default.shtm> Acesso em 26 de Jul de 2010.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. **Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados**. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>

IVANCEVICH, John M. **Gestão de recursos humanos** / John M. Ivancevich; tradução Suely Sonoe Cuccio. - 10. ed. americana. São Paulo: McGraw – Hill, 2008.

MARX, Karl. **A ideologia Alemã**. 8a ed, trad, Jose Carlos Bruni e Marco Aurélio Nogueira. São Paulo, HUCITEC, 1991.

NEIRINK, Edmond; POULAIN, Jean Pierre. **Historia de la cocina y de los cocineros: técnicas culinarias y prácticas de mesa em Francia de la Edad media a nuestros días.** Barcelona; Frape, 2001.

LACOMBE, B.B. **A relação indivíduo-organização: é possível não se identificar com a organização?** Anais do 2º. Encontro de Estudos Organizacionais, Recife: ANPAD – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2002.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Orgs). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.** Barueri: Manole, 2004.

LEAL, Maria Leonor de Macedo. **A história da gastronomia.** Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998 144p. il.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão.** São Paulo: Saraiva, 2001.

MARICATO, Percival. **Como montar e administrar bares e restaurantes.** 5. Ed. São Paulo: Senac, 2004.

MEC, Ministério da Educação; CNCST, Conselho Nacional de Educação. Disponível em: [http://catalogo.mec.gov.br/index.php?pagina=desc\\_cursos&id=51&curso=8](http://catalogo.mec.gov.br/index.php?pagina=desc_cursos&id=51&curso=8) Acesso em 12 de Dezembro de 2009.

MEC, Ministério da Educação. **Conselho Nacional de Educação (MEC/CNCST). Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de Tecnólogos.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0436.pdf> Acesso em 12 de dezembro de 2009.

MELLO, Evaldo Cabral de. **Olinda restaurada.** Guerra e açúcar no Nordeste, 1630 – 1654. Rio de Janeiro: Topbooks, 1998.

MIYAZAKI, M. H. **Ensinando e aprendendo gastronomia: percursos na formação de professores.** 2006. 115f. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Piracicaba, Piracicaba, 2006.

MONTENEGRO, S. S. **Os grupos estratégicos no setor de restaurantes self-service de Brasília/DF,** Florianópolis, 2003, 140p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). PPGEP, Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2003.

ROMIO. Eda. **500 anos de sabor.** ER Comunicações, 2000.

ROQUE, Carlos. **Chefs de cuisine.** Nordestinos e a culinária européia. Volume 1. São Paulo: C. Roque, 1995

PANTON, R.; PETERS, G.; QUINTAS, P. **Estratégia de educação corporativa: universidades corporativas na prática.** In: O futuro da indústria: educação corporativa. Brasília: IEL/Nacional e MDIC/STI, 2005.

PARECER CNE/CES 436/2001. **Relatório da comissão instituída pela Câmara da educação superior aprovado em 02/04/2001.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0436.pdf>.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnica para análise de indústrias e da concorrência.** 7ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** Rio de Janeiro: Elsevier, 1989 – 27ª. Reimpressão.

PRADO, F. L. **Os novos cursos de graduação tecnológica.** Histórico, Legislação, Currículo, Organização didática e Didática. São Paulo: ANET, 2006.

PRAHALAD. C. K. **Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã / C. K. PRAHALAD e HAMEL, Gary; tradução de outras palavras –** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SALES, Célio. **Secretário destaca gastronomia paraibana durante lançamento do Guia Abrasel 2010.** Disponível em: [http://www.vicegovernadoria.pb.gov.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=197](http://www.vicegovernadoria.pb.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=197)> Acessado em 25-05-10 às 15h44.

SERRA, J. S. **Evolução das refeições coletivas no Brasil.** Nutrinews. São Paulo: 2004 n° 203. P.10-13.

SELLTIZ, C. **Métodos de pesquisa nas relações sociais.** São Paulo: Heder; EPU, Coleção Ciência do Comportamento, 1967.

SLOAN, Donald (org). **Gastronomia, restaurante e comportamento do consumidor /** tradução Sonia Bidutte. Barueri, SP: Manole, 2005.

SPANG, Rebecca. **A invenção do restaurante.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

SUAUDEAU, Laurent. **Cartas a um jovem chef: caminhos no mundo da cozinha.** São Paulo: Elsevier, 2004.

TÁLAMO, José Roberto; CARVALHO, Marly Monteiro. Seleção dos objetivos fundamentais de uma rede de cooperação empresarial. In: **Gestão da produção**, v. 11, n. 2, mai-ago 2004

TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Gerenciando conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios.** Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2000.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade.** Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri-SP: Manole, 2002.

ZEITHAML, Valarie A. **Marketing de serviços: a empresa como foco no cliente**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

UFRPE, Universidade Federal Rural de Pernambuco. Disponível em: <<http://www.passeiweb.com/vestibular/noticias/1193577754>> 2008.

UFC, Universidade do Ceará. Disponível em: <[http://www.ufc.br/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=8998&Itemid=90](http://www.ufc.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=8998&Itemid=90)> 2009.

UFBA, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <[http://www.vestibular.ufba.br/docs/vest2010/relatorio\\_concorrencia-CPL.pdf](http://www.vestibular.ufba.br/docs/vest2010/relatorio_concorrencia-CPL.pdf)> 2009.

**BIBLIOGRAFIA AMPLIADA**

ALBRECHT, Karl. **Service within: Solving the middle management leadership crisis.** Homewood, Ill.: McGraw-Hill Companies, 1990.

ALVES, Rubem. **Filosofia da ciência: introdução ao jogo e suas regras.** 8 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

BAUER, Martin W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BEKIN, Saul Faingaus. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing como estratégia de gestão: encante seu cliente interno.** Porto Alegre: L&PM, 1998.

BUENO, Marielys Siqueira. **Hospitalidade no jogo das relações sociais** / organizadora Marielys Siqueira Bueno. - São Paulo: [s.n.], 2008 (Goiânia: Editora Vieira)

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa.** 7. ed. rev. e atual. Barueri, SP: Manole, 2009.

GODBOUT, Jaques T. **Recevoir, c'est Donner.** In: Communications, 65, L'hospitalité. Paris: Seuil, 1997.

KANAANE, Roberto. **Manual de treinamento e desenvolvimento do potencial humano** / Roberto Kanaane, Sandra Aparecida Formigari Ortigoso. 1. ed. - São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing.** Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 2000.

MEYER, Danny. **Hospitalidade e negócios: o rei da gastronomia de Nova York conta o segredo do sucesso; tradução de Samuel Dirceu.** São Paulo: Novo Conceito Editora, 2007.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos.** 1 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

POWERS, Tom. **Administração no setor de hospitalidade: turismo, hotelaria, restaurante.** São Paulo: Atlas, 2004.

RIBEIRO, Antônio L. **Gestão de pessoas.** 1. ed. (2. tiragem) - São Paulo: Saraiva, 2006

- ROSSATTO, Maria Antonieta. **Gestão do conhecimento**: a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível. Rio de Janeiro: Interciência, 2002.
- SCHLUTER, R. **Turismo y patrimonio gastronômico**. Buenos Aires, 2003.

## **APÊNDICE A – Roteiro de entrevistas**



**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**  
**PROGRAMA DE MESTRADO EM HOSPITALIDADE**

**Mestranda:** Tércia Pereira de Araújo Lima

**Orientador:** Renê Correa do Nascimento

**Pesquisa:**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA**

**Histórico Profissional**

- Tempo de trabalho no segmento de A&B e na função atual
- Como despertou o interesse em trabalhar nesse segmento?
- O que o motivou a seguir essa profissão?

**Importância da profissão**

- Como avalia o grau de satisfação em relação ao que faz?
- Como avalia o grau de importância da sua função no mercado de trabalho?

**Formação Profissional**

- Tem formação superior?
- Considera importante passar por um ensino formal que ajude na formação profissional do chefe? Por quê?
- O fato de ter uma formação na área limita ou facilita a conquista de emprego?
- A empresa em que trabalha oferece treinamento? Qual a periodicidade e como esse é feito?

**Mercado de trabalho**

- Como você avalia o mercado de trabalho para o profissional chefe de cozinha?
- Qual a maior dificuldade encontrada para trabalhar nesse setor? Por quê?

**Perfil do chefe de cozinha**

- Em sua opinião, quais características uma pessoa deve apresentar para ser um verdadeiro chefe de cozinha?

**Entrevistado**

- Escolaridade
- Idade
- Sexo
- Estado civil
- Realiza outra atividade em paralelo a sua profissão? Qual?

## **ANEXO A – Tabelas**

## PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

Tabela 3 - Índice de volume de vendas no comércio varejista (1), por Unidade da Federação

| Unidade da Federação | Comércio varejista |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----------------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                      | mai/09             | jun/09 | jul/09 | ago/09 | set/09 | out/09 | nov/09 | dez/09 | jan/10 | fev/10 | mar/10 | abr/10 | mai/10 |
| Brasil               | 152,4              | 145,7  | 151,1  | 153,5  | 149,5  | 161,6  | 157,9  | 213,2  | 158,9  | 147,3  | 166,5  | 158,4  | 168,0  |
| Rondônia             | 176,5              | 164,6  | 184,1  | 184,7  | 186,3  | 194,4  | 196,7  | 288,3  | 180,9  | 197,8  | 226,7  | 220,2  | 250,7  |
| Acre                 | 203,9              | 195,1  | 210,0  | 216,4  | 221,3  | 232,1  | 239,6  | 325,9  | 224,5  | 220,5  | 252,8  | 238,7  | 243,5  |
| Amazonas             | 173,7              | 165,8  | 176,9  | 180,8  | 175,3  | 185,3  | 181,5  | 242,3  | 176,8  | 164,9  | 177,4  | 172,4  | 186,5  |
| Roraima              | 160,2              | 152,0  | 150,1  | 148,6  | 143,3  | 159,7  | 166,2  | 203,9  | 153,0  | 154,1  | 170,8  | 174,6  | 181,9  |
| Pará                 | 144,4              | 136,2  | 145,7  | 149,5  | 146,0  | 160,7  | 150,2  | 235,4  | 151,1  | 135,1  | 153,7  | 148,3  | 169,0  |
| Amapá                | 157,7              | 152,5  | 177,4  | 170,1  | 160,9  | 173,9  | 161,1  | 246,8  | 171,0  | 149,5  | 164,3  | 160,8  | 189,3  |
| Tocantins            | 202,3              | 184,9  | 186,1  | 181,2  | 180,7  | 184,6  | 179,6  | 242,1  | 185,1  | 225,6  | 268,9  | 261,2  | 283,3  |
| Maranhão             | 212,8              | 210,2  | 218,4  | 220,3  | 208,7  | 218,8  | 211,2  | 304,5  | 229,6  | 202,5  | 237,1  | 224,0  | 250,4  |
| Piauí                | 169,0              | 169,9  | 184,0  | 184,0  | 171,8  | 174,5  | 170,2  | 241,2  | 171,9  | 154,4  | 178,4  | 155,1  | 176,2  |
| Ceará                | 184,9              | 172,1  | 182,5  | 180,0  | 174,5  | 191,1  | 182,8  | 258,8  | 190,5  | 174,1  | 195,4  | 189,2  | 203,1  |
| Rio G. do Norte      | 192,0              | 180,2  | 185,4  | 192,4  | 184,6  | 193,8  | 187,7  | 263,5  | 195,3  | 177,9  | 210,1  | 191,9  | 204,6  |
| Paraíba              | 182,5              | 170,9  | 176,5  | 173,4  | 169,3  | 181,2  | 175,7  | 254,9  | 181,7  | 163,4  | 196,3  | 177,5  | 210,2  |
| Pernambuco           | 157,6              | 150,5  | 155,5  | 159,0  | 155,5  | 168,9  | 168,0  | 230,9  | 168,9  | 153,0  | 174,3  | 160,8  | 174,4  |
| Alagoas              | 210,6              | 191,3  | 210,1  | 207,1  | 202,6  | 221,0  | 222,5  | 316,1  | 228,6  | 203,1  | 233,4  | 231,0  | 241,8  |
| Sergipe              | 179,0              | 175,0  | 181,3  | 186,1  | 177,6  | 194,0  | 189,9  | 264,7  | 204,7  | 183,0  | 201,3  | 184,9  | 201,4  |
| Bahia                | 159,8              | 154,0  | 156,6  | 160,8  | 158,3  | 171,5  | 164,6  | 229,1  | 167,5  | 153,0  | 176,8  | 160,3  | 172,3  |
| Minas Gerais         | 150,1              | 144,1  | 153,4  | 152,1  | 149,7  | 161,0  | 152,6  | 204,7  | 159,2  | 143,2  | 162,7  | 156,8  | 166,4  |
| Espirito Santo       | 159,9              | 152,8  | 162,2  | 160,7  | 159,0  | 176,0  | 170,4  | 230,7  | 178,7  | 165,3  | 181,6  | 168,1  | 174,0  |
| Rio de Janeiro       | 136,9              | 132,0  | 138,3  | 139,6  | 135,6  | 147,6  | 147,0  | 202,6  | 148,0  | 138,6  | 152,2  | 140,9  | 150,3  |
| São Paulo            | 158,8              | 152,4  | 155,5  | 159,9  | 156,1  | 168,6  | 166,5  | 217,9  | 163,8  | 153,0  | 173,3  | 166,8  | 175,2  |
| Paraná               | 137,0              | 128,2  | 133,8  | 139,8  | 131,9  | 141,5  | 137,4  | 185,6  | 143,5  | 130,5  | 149,7  | 142,1  | 148,7  |
| Santa Catarina       | 150,9              | 140,3  | 147,4  | 150,3  | 147,7  | 156,6  | 155,6  | 211,3  | 161,8  | 153,1  | 163,0  | 154,9  | 159,1  |
| Rio Grande do Sul    | 126,7              | 122,0  | 124,0  | 122,8  | 118,4  | 131,1  | 123,3  | 175,1  | 122,4  | 116,0  | 133,9  | 129,5  | 137,5  |
| Mato Grosso do Sul   | 166,1              | 153,9  | 164,1  | 164,1  | 162,8  | 175,9  | 170,5  | 223,1  | 172,0  | 161,7  | 182,1  | 179,9  | 195,3  |
| Mato Grosso          | 142,7              | 139,1  | 145,6  | 148,0  | 149,1  | 158,2  | 150,9  | 207,0  | 152,7  | 149,8  | 169,9  | 160,1  | 171,5  |
| Goiás                | 158,4              | 150,0  | 160,7  | 160,0  | 154,1  | 166,2  | 160,2  | 218,7  | 169,5  | 150,3  | 171,1  | 166,2  | 178,2  |
| Distrito Federal     | 147,4              | 138,4  | 146,8  | 146,3  | 143,9  | 154,3  | 153,9  | 200,3  | 149,5  | 139,4  | 161,0  | 148,2  | 159,5  |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(1) Base: 2003 = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 4 - Variação de volume de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação**

**Mês: Mai/2010**

| Unidade da Federação | Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo |               |          |                               |               |          |
|----------------------|---|---------------|----------|-------------------------------|---------------|----------|
|                      | Total   |               |          | Hipermercados e Supermercados |               |          |
|                      | Mensal  | Acumulada (2) |          | Mensal                        | Acumulada (2) |          |
|                      | (1)   | no ano        | 12 Meses | (1)                           | no ano        | 12 Meses |
| Brasil               | 8,2   | 10,1          | 9,8      | 7,8                           | 9,8           | 9,5      |
| Ceará                | 13,8  | 19,9          | 18,0     | 15,0                          | 20,6          | 18,4     |
| Pernambuco           | 8,3   | 11,3          | 9,6      | 8,2                           | 11,2          | 9,5      |
| Bahia                | 6,3   | 9,6           | 9,8      | 5,3                           | 9,5           | 9,0      |
| Minas Gerais         | 7,1   | 7,8           | 7,8      | 7,3                           | 7,9           | 7,9      |
| Espirito Santo       | 7,7   | 9,6           | 4,4      | 7,5                           | 9,7           | 4,3      |
| Rio de Janeiro       | 11,4  | 10,9          | 9,6      | 9,6                           | 9,3           | 8,1      |
| São Paulo            | 8,1   | 10,6          | 11,0     | 7,8                           | 10,4          | 10,8     |
| Paraná               | 2,9   | 7,0           | 6,6      | 2,8                           | 7,0           | 6,7      |
| Santa Catarina       | 4,6   | 7,8           | 8,2      | 4,2                           | 7,5           | 8,0      |
| Rio Grande do Sul    | 5,4   | 6,2           | 4,9      | 5,4                           | 6,2           | 5,1      |
| Goiás                | 10,1  | 11,2          | 12,2     | 10,1                          | 11,3          | 12,2     |
| Distrito Federal     | 9,7   | 6,9           | 4,2      | 9,3                           | 6,6           | 4,0      |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(2) Base no ano: Igual período do ano anterior =100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 5 - Variação de receita nominal de vendas no comércio varejista, por atividade e Unidade da Federação**

| Unidade da Federação | Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo |               |       |                               |               |       |
|----------------------|---|---------------|-------|-------------------------------|---------------|-------|
|                      | Total   |               |       | Hipermercados e Supermercados |               |       |
|                      | Mensal  | Acumulada (2) | 12    | Mensal                        | Acumulada (2) | 12    |
|                      | (1)   | no ano        | Meses | (1)                           | no ano        | Meses |
| Brasil               | 13,0  | 13,9          | 12,9  | 12,6                          | 13,6          | 12,7  |
| Ceará                | 18,2  | 23,4          | 20,8  | 19,6                          | 24,2          | 21,3  |
| Pernambuco           | 12,9  | 15,6          | 13,8  | 12,9                          | 15,5          | 13,7  |
| Bahia                | 10,5  | 12,1          | 11,8  | 9,1                           | 11,9          | 11,2  |
| Minas Gerais         | 11,4  | 11,1          | 10,3  | 11,6                          | 11,3          | 10,6  |
| Espirito Santo       | 13,0  | 13,4          | 8,1   | 12,7                          | 13,4          | 8,0   |
| Rio de Janeiro       | 16,7  | 14,8          | 13,5  | 14,7                          | 13,1          | 11,9  |
| São Paulo            | 12,9  | 14,5          | 14,0  | 12,6                          | 14,2          | 13,8  |
| Paraná               | 10,1  | 12,4          | 10,5  | 10,0                          | 12,4          | 10,6  |
| Santa Catarina       | 11,9  | 13,2          | 12,1  | 11,5                          | 12,8          | 11,9  |
| Rio Grande do Sul    | 7,5   | 9,3           | 7,9   | 7,5                           | 9,3           | 8,0   |
| Goiás                | 13,3  | 13,4          | 14,2  | 13,3                          | 13,4          | 14,2  |
| Distrito Federal     | 14,3  | 9,9           | 7,1   | 13,8                          | 9,6           | 6,8   |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(1) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(2) Base no ano: Igual período do ano anterior =100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100

**PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC**

**Tabela 6 - Variação de volume de vendas no comércio varejista ampliado (1), por atividade e Unidade da Federação**

| Unidade da Federação | Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo |               |          |                               |               |          |
|----------------------|---|---------------|----------|-------------------------------|---------------|----------|
|                      | Total   |               |          | Hipermercados e Supermercados |               |          |
|                      | Mensal  | Acumulada (3) |          | Mensal                        | Acumulada (3) |          |
|                      | (2)   | no ano        | 12 Meses | (2)                           | no ano        | 12 Meses |
| Brasil               | 8,2   | 10,1          | 9,8      | 7,8                           | 9,8           | 9,5      |
| Ceará                | 13,8  | 19,9          | 18,0     | 15,0                          | 20,6          | 18,4     |
| Pernambuco           | 8,3   | 11,3          | 9,6      | 8,2                           | 11,2          | 9,5      |
| Bahia                | 6,3   | 9,6           | 9,8      | 5,3                           | 9,5           | 9,0      |
| Minas Gerais         | 7,1   | 7,8           | 7,8      | 7,3                           | 7,9           | 7,9      |
| Espirito Santo       | 7,7   | 9,6           | 4,4      | 7,5                           | 9,7           | 4,3      |
| Rio de Janeiro       | 11,4  | 10,9          | 9,6      | 9,6                           | 9,3           | 8,1      |
| São Paulo            | 8,1   | 10,6          | 11,0     | 7,8                           | 10,4          | 10,8     |
| Paraná               | 2,9   | 7,0           | 6,6      | 2,8                           | 7,0           | 6,7      |
| Santa Catarina       | 4,6   | 7,8           | 8,2      | 4,2                           | 7,5           | 8,0      |
| Rio Grande do Sul    | 5,4   | 6,2           | 4,9      | 5,4                           | 6,2           | 5,1      |
| Goiás                | 10,1  | 11,2          | 12,2     | 10,1                          | 11,3          | 12,2     |
| Distrito Federal     | 9,7   | 6,9           | 4,2      | 9,3                           | 6,6           | 4,0      |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(1) Inclui as atividades de Veículos e de Material de construção, além daquelas que compõem o varejo.

(2) Base: Igual mês do ano anterior = 100

(3) Base no ano: Igual período do ano anterior = 100

Base 12 meses: 12 meses imediatamente anteriores aos 12 últimos meses = 100